



**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA**

**FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS – FASA**

**CURSO: TURISMO**

**DISCIPLINA: MONOGRAFIA ACADÊMICA**

**PROFESSORA ORIENTADORA: RAQUEL CARDOSO MACHADO**

## **O FESTIVAL FOLCLÓRICO DE PARINTINS**

**VERENA CANSANÇÃO DA SILVA LEMOS**  
**MATRICULA: 2017346-7**

**BRASÍLIA – DF**  
**2005**

**VERENA CANSANÇÃO DA SILVA LEMOS**

## **O FESTIVAL FOLCLÓRICO DE PARINTINS**

**Monografia apresentada como requisito  
Para conclusão do curso de bacharelado  
Em Turismo do Centro Universitário de  
Brasília – UNICEUB.**

**Orientadora: Professora Raquel Cardoso  
Machado**

**BRASÍLIA – DF  
2005**

**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA**

**FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS – FASA**

**CURSO: TURISMO**

**DISCIPLINA: MONOGRAFIA ACADÊMICA**

**PROFESSORA ORIENTADORA: RAQUEL CARDOSO MACHADO**

**MEMBROS DA BANCA EXAMINADORA**

<b>MEMBROS DA BANCA</b>	<b>ASSINATURA</b>
<b>1. COORDENADOR DO CURSO</b> <b>Prof. Mauro Castro Souza</b>	
<b>2. SUPERVISOR DE MONOGRAFIA ACADÊMICA</b> <b>Professor: Frederico Cruz</b>	
<b>3. PROFESSORA ORIENTADORA</b> <b>Professora Raquel Cardoso Machado</b>	
<b>4. PROFESSOR (ª) CONVIDADO (ª)</b>	
<b>5. PROFESSOR (ª) CONVIDADO (ª)</b>	
<b>MENÇÃO FINAL</b>	

**Brasília – DF, Junho de 2005**

A festa do Boi-bumbá é uma grande *ópera amazônica*, com representações dramáticas montadas e realizadas em pleno Bumbódromo, com início, meio e fim. Verdadeiras peças de teatro sobre temas ligados à cultura da região amazônica são apresentadas ao ar livre. As lendas, os mitos e os fatos da história são recriados e exibidos de maneira espetacular, entre fogos e surpreendentes efeitos visuais”.

Paulo José Cunha

Ao concluir este importantíssimo trabalho acadêmico, não poderia deixar de reconhecer a todos que me ajudaram a realizá-lo. Em verdade, ninguém consegue realizar nada sozinho. Na estrada da vida, tão importante quanto as conquistas é o reconhecimento às pessoas que, de algum modo, nos ajudam a obter nossos êxitos.

Assim, dedico este trabalho aos meus pais, avós, namorado e irmãos pelo apoio incessante nos dias, noites e fins de semana consumidos para a elaboração desta monografia, bem como durante toda a minha feliz vida acadêmica, onde sempre me incentivaram, me dando força para progredir.

Sou grata à prezada e culta Professora Raquel Cardoso Machado, orientadora da minha monografia, de quem tive o pronto apoio sempre que precisei e que me transmitiu a confiança necessária para a conclusão deste gratificante trabalho.

Registro meus agradecimentos, também, às colegas estagiárias e supervisora com as quais estagiei no estimado Teatro Nacional Cláudio Santoro - auxiliando na implantação e gestão do seu Projeto de Marketing Cultural -, que sempre demonstraram consideração à minha pessoa, de modo que pude aprender lições que me servirão para a vida.

Por fim, cumpre agradecer a todos os meus colegas, funcionários e professores do Centro Universitário de Brasília, haja vista que a convivência com esses foi extremamente gratificante, sendo que a ausência dos mesmos, nesta nova etapa da minha vida, que ora se anuncia, será, indubitavelmente, sentida.

## **RESUMO**

Este trabalho tem por objetivo demonstrar que o Festival Folclórico de Parintins pode ser um importante instrumento para fomentar o turismo daquela cidade. No entanto, para que um município explore todo o seu potencial turístico, é necessário bom planejamento, para que se tenha uma adequada condução do marketing, melhorias na infraestrutura e qualificação profissional. Na cidade em que, desde sua fundação, as principais atividades econômicas são a agropecuária e o extrativismo vegetal, o turismo, por conta da Festa, já adquiriu importância para a economia local. O Festival, que tem origem no bumba-meu-boi do Maranhão, foi totalmente adaptado à cultura parintinense, contando com elementos indígenas, da fauna local e musicalidade própria. Isso torna o evento diferente, ao mesmo tempo em que atrai a curiosidade de pessoas de outras regiões do Brasil e do exterior, fazendo com que a Festa exerça enorme poder de atratividade turística. No entanto, para que Parintins explore todo o potencial para o turismo de seu principal evento, e aufera todos os ganhos que podem decorrer do mesmo, é necessário planejamento profissional e investimentos bem como o apoio da comunidade e o trabalho em parceria dos Governos municipal, estadual, federal e entidades de Parintins.

## SUMÁRIO

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS	
INTRODUÇÃO .....	12
CAPÍTULO 1 REFERENCIAL TEÓRICO .....	17
1.1. O turismo.....	17
1.2. Turismo de eventos.....	19
1.3. Classificação de Eventos: .....	21
1.3.1. Em relação ao público.....	21
1.3.2. Em relação à área de interesse .....	21
1.4. Planejamento turístico .....	24
1.5. Marketing no turismo .....	29
CAPÍTULO 2 CICLO DA BORRACHA E O DESENVOLVIMENTO DA AMAZÔNIA	32
2.1. História de Parintins. ....	34
2.2. Juta: fonte de desenvolvimento econômico em Parintins. ....	35
2.3. A cidade e suas Características Socioeconômicas. ....	37
2.4. Os atrativos turísticos de Parintins.....	43
2.4.1 Atrativos Naturais. ....	43
2.4.2 Atrativos históricos – culturais. ....	44
CAPÍTULO 3 A ORIGEM DO FOLCLORE BRASILEIRO E O FESTIVAL	
FOLCLÓRICO DE PARINTINS .....	46
3.1. As primeiras festas folclóricas de Parintins. ....	47
3.2. A criação dos bumbás Garantido e Caprichoso .....	50
3.2.1. Garantido .....	50
3.2.2. Caprichoso .....	52
3.3. O Festival de Parintins. ....	53
3.3.1. Origem .....	53
3.4. O espetáculo .....	55
3.4.1. As regras.....	60
3.4.2. Quesitos de apresentação .....	61
3.4.3. Quesitos individuais .....	62
3.4.4. Quesitos coletivos .....	63
3.4.5. Os jurados .....	66
3.4.6. Bumbódromo .....	66
3.4.7. Os personagens .....	69
3.4.8. As identidades dos contrários.....	71
3.4.9. Os espectadores .....	75
3.4.10. As torcidas organizadas.....	76
3.4.11. Formas de torcer.....	76
CAPÍTULO 4 O FESTIVAL DE PARINTINS COMO FATOR DE INCREMENTO DO	
TURISMO LOCAL .....	78
4.1. Deficiências da infra-estrutura da cidade.....	78
4.2. Projetos públicos existentes para melhoria da infra-estrutura de Parintins. ....	81
4.3. Sugestões para a melhoria no atendimento ao turista e qualidade de vida da	
população de Parintins. ....	84
4.4. Tipos de visitantes que vão à Parintins .....	90



4.5. O público do festival .....	91
4.6. Marketing turístico do Festival: análise e sugestões .....	94
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	99
REFERÊNCIAS.....	101

## **LISTA DAS PRINCIPAIS ABREVIATURAS E SIGLAS**

**ADA** – Agência de Desenvolvimento da Amazônia.

**AM** – Amazonas.

**AMAZONASTUR** – Empresa Estadual de Turismo do Amazonas.

**AMAZONSAT** – Retransmissora da emissora de televisão Globo.

**BNDES** – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social.

**DAC** – Departamento de Aviação Civil.

**DETRAN – AM** – Departamento Estadual de Trânsito do Amazonas.

**EMBRATUR** – Empresa Brasileira de Turismo.

**FAB** – Força Azul e Branca, torcida do Boi-Bumbá Caprichoso.

**IBGE** – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

**OMT** – Organização Mundial do Turismo.

**OSCIP** – Organização da sociedade Civil de Interesse Público.

**PA** – Pará.

**RJ** – Rio de Janeiro.

**SAAE** – Serviço Autônomo de Água e Esgoto de Parintins.

**SAT** – Serviço de Atendimento ao Turista.

**SBT** – Sistema Brasileiro de Televisão.

**SEBRAE** – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.

**SECTUR** – Secretaria Municipal de Cultura e Turismo.

**SENAC** – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial.

**SP** – São Paulo.

**UTI** – Unidade de Terapia Intensiva.

## INTRODUÇÃO

A ressonância da maior festa folclórica do Estado do Amazonas analisada pelo enfoque do Turismo é o que se busca revelar nesta pesquisa, cujo tema é o festival Folclórico de Parintins.

A escolha do tema se deu em razão de buscar trazer para o conhecimento científico, a influência do festival folclórico de Parintins para o turismo naquela ilha. Sabe-se que este tipo de evento tem grande importância para o turismo, que é um dos grandes geradores de renda do Brasil, juntamente com a indústria e o comércio. O setor turístico traz para o País grandes divisas e possibilidades, beneficiando sensivelmente a situação sócio-econômica de diversos municípios em vários estados do País. O turismo ainda cumpre função social de proporcionar às famílias os merecidos momentos de lazer, juntamente com o acúmulo de informações culturais.

O Brasil é riquíssimo em pontos turísticos em toda sua extensão territorial e, em muitos desses locais, são apresentados eventos que cada vez mais cativam o gosto e a alegria dos turistas. Uma das localidades incluídas nessa relação é Parintins, no Amazonas, situada à margem direita do Rio Amazonas, no coração da Floresta Amazônica.

Esta pesquisa se fará útil no intuito de se sistematizar os rumos do turismo de eventos no município de Parintins, visto que o festival folclórico é uma festa, cuja fama atrai turistas de todas as idades e de várias partes do mundo.

Este estudo visa analisar a repercussão para o turismo de uma das mais importantes e famosas festas do Norte do Brasil - que já desfruta de projeção não só a nível nacional, mas também internacional -, bem como buscar soluções para que Parintins possa tirar maior proveito do Festival.

Para subsidiar este trabalho, dados estatísticos, turísticos, econômicos e sociais serão demonstrados com a intenção de espelhar a grandiosidade que se observa no

Festival de Parintins, que, neste ano, em que pese as várias deficiências da cidade, deverá movimentar a soma de R\$ 15 milhões de reais e atrair cerca de 60 mil turistas para a cidade.<sup>1</sup>

Portanto, o potencial turístico do evento é imenso e, considerando que, atualmente, o turismo é a atividade do setor terciário que mais cresce no Brasil e no mundo, merece bom planejamento, para que seja devidamente explorado.

Além dos aspectos turísticos relativos ao Festival, será traçado um perfil sócio-econômico do município de Parintins. Serão apresentados os problemas existentes, com algumas possíveis soluções, e ainda os pontos positivos oriundos do evento.

A criação e a idéia do presente trabalho partiu do fato da graduanda ser filha de parintinense, possuir significativos conhecimentos dos aspectos históricos, culturais, econômicos e sociais da cidade, já ter participado como integrante do Festival Folclórico de Parintins e ter realizado estudo de campo nos anos de 2000 a 2004 com vistas à elaboração do presente trabalho.

Esta pesquisa se fará útil no sentido de sistematizar os rumos do turismo de eventos no município de Parintins, visto que o festival folclórico é uma festa, cuja fama atrai turistas de todas as idades e de várias partes do país e do mundo. Portanto, também serão levadas em consideração para esta pesquisa algumas justificativas, como:

- É sabido que o Estado é o grande zelador do patrimônio cultural, sendo o festival folclórico de Parintins hoje reconhecido como a maior festa popular e cultural do Estado do Amazonas. Assim, serão mostrados os problemas que ocorrem no período do festival, devido ao grande e crescente número de turistas que a cada ano são atraídos para o festival folclórico, pois a cidade não possui infra-estrutura adequada para recebê-los e, com isso, a população

---

<sup>1</sup> <<http://www.amazonastur.am.gov.br>> Acesso: dia 19 de maio de 2005.

local acaba não contando com medidas públicas de proteção para o período do evento.

- Esta pesquisa visa também alertar as autoridades públicas sobre o quanto é de extrema necessidade a atenção e o apoio dos mesmos a este evento cultural, que propicia cada vez mais desenvolvimento sócio-econômico para o estado e para a cidade de Parintins.

Toda pesquisa inicia-se com algum tipo de problema ou indagação, mas a conceituação adequada de problema não constitui tarefa fácil, em virtude das diferentes interpretações que envolvem este termo. Como ensina Braga, “o problema deve ser redigido de forma interrogativa, privando-se pela decisão e objetividade. Consiste, portanto, numa pergunta que norteará a pesquisa e conduzirá o raciocínio do pesquisador, mediante argumentos para esclarecê-lo. A forma interrogativa torna-o mais direto, facilitando a solução da dúvida”.<sup>2</sup>

Assim sendo, tomando-se que a pesquisa tem como foco a repercussão da maior festa folclórica do Estado do Amazonas pelo enfoque do turismo, fica definido como problema as seguintes questões: como poderiam ser solucionados os diversos problemas que existem durante o Festival Folclórico de Parintins, já que a infra-estrutura da cidade não oferece capacidade suficiente para receber os turistas?; como aumentar a capacidade da oferta turística na região de Parintins, tornando pessoas capacitadas para o atendimento turístico?; como melhorar o Marketing Turístico do Festival Folclórico de Parintins, ampliando, assim, o fluxo de turistas para a cidade e seu festival?

As hipóteses são necessárias em todas as pesquisas. Todo procedimento de coleta de dados depende da formulação de uma hipótese, por isso é importante que sejam explicitadas.<sup>3</sup> Dessa forma, são propostas as seguintes hipóteses:

---

<sup>2</sup> BRAGA, Amélia Eloy Santana. *Dicas pedagógicas (II): a monografia como trabalho acadêmico na graduação. Sim ou não?* Brasília: Universia, 2000, p. 14.

<sup>3</sup> GIL, Antonio Carlos. *Projetos de pesquisa*. São Paulo: Atlas, 2002, p. 38.

**Hipótese 1:** Para que os problemas de infra-estrutura da cidade possam ser solucionados são necessárias algumas medidas de intervenção que podem ser tomadas através de um bom planejamento organizacional.

**Hipótese 2:** Parintins possui um grande potencial turístico que ainda não está sendo devidamente explorado, existindo a viabilidade do aumento da capacidade de absorção de turistas, bem como grandes possibilidades de melhoria no atendimento ao público que visita a cidade.

**Hipótese 3:** Se houver um planejamento sério e um efetivo investimento na infra-estrutura da cidade e, em decorrência disso, uma boa estratégia de marketing, o Festival Folclórico de Parintins será projetado no Brasil e no mundo - fato que já é parcialmente observado -, gerando muito mais divisas do que hoje.

A pesquisa tem por objetivo geral avaliar a influência da maior festa folclórica do Estado do Amazonas pelo prisma do turismo e, específicos, apontar a importância do Festival de Parintins para o desenvolvimento do turismo na região; mostrar as dificuldades encontradas com relação à infra-estrutura existente para receber os visitantes, sugerindo soluções para aumentar a capacidade de absorção de turistas durante o Festival, e melhorar a oferta de serviços turísticos; demonstrar a importância de uma boa condução do Marketing Turístico para o evento Festival Folclórico de Parintins.

A pesquisa bibliográfica deve ser “desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”. A principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diariamente.<sup>4</sup>

Com o objetivo de obter uma pesquisa clara e eficiente, será aplicada a metodologia técnica de pesquisa por meio de pesquisa bibliográfica, utilizando livros que

---

<sup>4</sup> GIL, Antonio Carlos. Op. Cit., p.p. 44 a 45.

tenham informações sobre o tema, a fim de melhor embasar os resultados e de pesquisa documental, em documentos existentes, periódicos, revistas, bem como pesquisas na *internet*.

A pesquisa está dividida em quatro capítulos:

O capítulo 1 apresenta os principais conceitos desenvolvidos ao longo da monografia, especialmente os seguintes: turismo, turismo de eventos, planejamento turístico e marketing no turismo. Dessa forma, será demonstrada a importância que o turismo de evento pode ter para uma localidade, bem como a necessidade do planejamento turístico para, dentre outras ações, corrigir as deficiências de infra-estrutura e dar bom direcionamento ao marketing de uma cidade, visando a máxima utilização do potencial turístico.

O capítulo 2 demonstra a história da cidade de Parintins, suas características socioeconômicas e seus atrativos turísticos, dados que vão proporcionar melhor compreensão sobre o município e sua atratividade turística.

O capítulo 3 trata da origem do folclore brasileiro, das primeiras festas folclóricas de Parintins, do surgimento dos Bumbás e da evolução do Festival de Parintins, mostrando suas regras, comportamento das torcidas, formas de torcer, espaço onde são realizadas as apresentações (Bumbódromo), propiciando a compreensão da complexidade do evento folclórico.

O capítulo 4 aborda o Festival Folclórico de Parintins como fator de incremento do turismo no município, demonstrando as deficiências locais, projetos públicos existentes para sanar alguns dos problemas e sugestões de projetos, que podem ser executados, para melhoria no atendimento ao turista e qualidade de vida de Parintins. Também serão mostrados os tipos de turistas que vão a Parintins e o seu marketing turístico, que será analisado, para, em seguida, serem feitas críticas e propostas de alterações em seu enfoque.



## **CAPÍTULO 1**

### **REFERENCIAL TEÓRICO**

#### **1.1. O turismo**

A atividade turística vem crescendo de forma rápida. Transformou-se numa das mais importantes faces da globalização, contribuindo para estreitar as diversas partes do globo. Hoje, são trabalhados os mais variados segmentos do turismo, o que até pouco tempo, não era muito bem explorado.

O turismo é um dos setores mais importantes e dinâmicos do mundo atual. Algumas tendências vêm se delineando, como deslocamentos mais curtos, mais frequentes e em menor intervalo de tempo. A organização Mundial de Turismo (OMT) prevê um crescimento de 4 a 5 por cento da área de turismo para este início de século XXI. Esse crescimento é motivado, principalmente, pelo interesse por produtos turísticos novos ou renovados, tais como o turismo rural, de aventura e ecológico. Os estudos realizados pela OMT basearam-se na evolução das variáveis de mercado (demanda, oferta de atrativos naturais e culturais, equipamentos turísticos e infra-estrutura) e em variáveis exógenas (demográficas, sociais, econômicas, políticas e legislativas).<sup>5</sup>

O Brasil é um dos países com maior potencial natural e cultural para a prática do turismo, mas é preciso agregar valores a essa riqueza para que a atividade turística seja explorada de forma adequada para a captação de recursos financeiros tanto para o empreendedor como para a população local que se desenvolve economicamente e socialmente com a prática do turismo no país.

A falta de formatação de produtos turísticos e da capacitação profissional do mercado turístico brasileiro é um dos principais entraves para o desenvolvimento do turismo no Brasil.

---

<sup>5</sup> BISSOLI, Maria Ângela Marques Ambrizi. *Planejamento turístico municipal com suporte em sistemas de informação*. São Paulo: Futura, 1999, p. 13.

Para viabilizar melhorias no mercado turístico brasileiro é necessário que haja qualificação da mão-de-obra em todos os setores do turismo, haja vista que hoje as maiores reclamações, tanto dos empreendedores turísticos quanto dos turistas, são referentes à falta de qualificação profissional na área do turismo. O produto turístico brasileiro precisa ser melhor apresentado interno e externamente. É preciso que os órgãos competentes estaduais, municipais e regionais preparem a divulgação de seus produtos de forma a atingir um público alvo para cada segmento; é preciso melhorar ou implantar infraestrutura local atrelada ao marketing turístico (divulgação). O produto turístico muitas vezes perde o seu potencial devido ao fato de muitas empresas primeiro divulgarem o produto e só depois trabalharem a infra-estrutura do local. Esta é uma das razões para as tantas deficiências que ocorrem no setor turístico.

O turismo é um fenômeno caracterizado pelo deslocamento temporário de pessoas de seu local de domicílio (núcleo emissor) para uma determinada localidade (núcleo receptor), com permanência mínima de 24 horas e utilização de serviços e equipamentos turísticos. Envolve aspectos tanto econômicos, quanto sociais, naturais, culturais e são oferecidos ao turista por diferentes empresas turísticas como agências de viagens, operadoras de turismo, etc. A Organização Mundial do Turismo (OMT) define o turismo como sendo: “As atividades realizadas pelas pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual por um período consecutivo inferior a um ano, por lazer, negócios ou outros”.<sup>6</sup>

Segundo De la Torre , o turismo é:

“um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural”.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup><http://www.world-tourism.org>. Acesso dia 27 de fev.2005.

<sup>7</sup> DE LA TORRE, Francisco, *Agência de Viagens e Transportes*. São Paulo: Roca, 2003. p. 2

## 1.2. Turismo de eventos

O turismo de eventos é um dos principais segmentos do turismo, que pode ser definido como uma atividade que abrange diversos tipos de realizações, desde congressos, feiras, convenções, exposições, festivais, entre outros e é um acontecimento passível de prévia identificação temporal, capaz de motivar uma demanda turística e de ser incluído em uma programação de viagem com data preestabelecida.

Marlene Matias, citando Andrade, define o Turismo de eventos como:

“O conjunto de atividades exercidas por pessoas que viajam a fim de participar dos diversos tipos de eventos que visam ao estudo de alternativas, de dimensionamento ou de interesses de determinada categoria profissional, associação, clube, crença religiosa, corrente científica ou outra organização com objetivos nos campos científicos, técnicos e religiosos para atingir metas profissionais e culturais, técnicos e operacionais, de aperfeiçoamento setorial ou de atualização”.<sup>8</sup>

É sabido que a atividade eventos teve sua origem na Antiguidade, com os jogos olímpicos de 776 a.C. Posteriormente, outros tipos de eventos foram surgindo e atravessaram diversos períodos da história da civilização humana, atingindo os dias atuais. Nessa trajetória, os eventos foram adquirindo características econômicas, históricas, sociais e políticas das sociedades representativas de cada época. A consolidação da atividade Eventos e do Turismo de Eventos ocorreu no século XVII, com o advento da Revolução Industrial, que trouxe um novo estímulo para a atividade comercial existente desde a Idade Média, a “feira”. Mas, além das feiras, outros eventos, como as Exposições Mundiais, as Olimpíadas e a Copa do Mundo, tiveram importante papel nesse processo, solidificando cada vez mais as bases da atividade.

No Brasil, o surgimento da atividade Eventos é anterior à chegada da Família Real. O primeiro evento no Brasil, que aconteceu em um local destinado à realização de eventos, foi um Baile de Carnaval em 1840.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> ANDRADE, *apud*, MATIAS, Marlene. *Organização de Eventos*. São Paulo: Monole.2002. p. 34.

<sup>9</sup> MATIAS, Marlene. *Organização de Eventos*. São Paulo: Monole.2002, p.p. 31 a 32.

A atividade de eventos no Brasil somente tomou impulso após a Segunda Guerra Mundial, mais especificamente a partir da década de 1950, com a organização das classes profissionais e com o desenvolvimento industrial do país.

Evento é uma atividade dinâmica, sua conceituação tem sido objeto de modificações, conforme vai evoluindo. Portanto, segundo o entendimento de vários especialistas da área, evento pode ser:

“entendido como sendo um acontecimento, previamente planejado, visando atingir resultados definidos junto ao seu público. Existem diversos tipos destes acontecimentos, cada um deles com suas particularidades”.<sup>10</sup>

“Evento é um fato que desperta atenção, podendo ser notícia e, com isso, divulgar o organizador”.<sup>11</sup>

“Para as relações públicas, evento é a execução do projeto devidamente planejado de um acontecimento, com o objetivo de manter, elevar ou recuperar o conceito de uma organização, junto ao seu público de interesse”.<sup>12</sup>

Simões reporta-se a eventos como um instrumento misto de relações públicas. “É um acontecimento criado com a finalidade específica de alterar a história da relação organização-pública, em face das necessidades observadas. Caso ele não ocorresse, a relação tomaria rumo diferente e, certamente problemático.”<sup>13</sup>

Giácomo analisa o evento “como componente do mix” da comunicação, que tem por objetivo minimizar esforços, fazendo uso da capacidade sinérgica da qual dispõe o poder expressivo no intuito de engajar pessoas numa idéia ou ação.”<sup>14</sup>

---

<sup>10</sup> CASTELLI, Geraldo. *Administração hoteleira*. Caxias do Sul: EDUCS, 1999 p. 34.

<sup>11</sup> CESCO, Cleusa G. Gimenes. *Organização de eventos*. São Paulo: Summus, 1997, p. 14

<sup>12</sup> Idem, p.p. 15 a 16.

<sup>13</sup> SIMÕES, Roberto Porto. *Relações públicas: função política*. São Paulo: Summus, 1995. p. 170.

<sup>14</sup> GIÁCOMO, Cristina. *Tudo acaba em festa*. São Paulo: Scritta, 1995. p. 45.

### 1.3. Classificação de Eventos:

#### 1.3.1. Em relação ao público

Os eventos em relação ao público que atinge podem ser classificados em:

- **Eventos fechados** - ocorrem dentro de determinadas situações e específicas e com público-alvo definido, que é convocado e/ou convidado a participar;
- **Eventos abertos** - propostos a um público, podem ser divididos em evento aberto por adesão e evento aberto em geral. O primeiro é aquele apresentado e sujeito a um determinado segmento de público, que tem a opção de aderir mediante inscrição gratuita e/ou pagamento de taxa de participação. O evento aberto é aquele que atinge todas as classes de público.

#### 1.3.2. Em relação à área de interesse

Existem diferentes tipos de eventos realizados em relação à área de interesse que podem ser classificados em:

- **Artístico** - relacionado a qualquer manifestação de arte ligada à música, pintura, poesia, literatura e outras;
- **Científico** - trata de assuntos referentes às ciências naturais e biológicas, como, por exemplo, medicina, botânica e outros;
- **Cultural** - ressalta os aspectos de determinada cultura, para conhecimento geral ou proporcional;
- **Cívico** - trata de assuntos ligados à pátria;
- **Desportivo** - ligado a qualquer tipo de evento do setor esportivo, independente de sua modalidade;
- **Folclórico** - trata de manifestações de culturas regionais de um país, abordando lendas, tradições, hábitos e costumes típicos;

- **Lazer** - proporciona entretenimento ao seu participante;
- **Promocional** - promove um produto, pessoa, entidade ou governo, quer seja promoção de imagem ou apoio ao *marketing*;
- **Religioso** - trata de assuntos religiosos, seja qual for o credo;
- **Turístico** - explora os recursos turísticos de uma região ou país, por meio de viagens de conhecimento profissional ou não;

Os eventos se multiplicam em inúmeras atividades com características próprias. Mas, segundo seus objetivos, admitem algumas classificações. Os tipos mais comuns de eventos são:

- **Assembléia** - reunião da qual participam delegações representantes de grupos, estados, países, etc. Sua principal característica é debater assuntos de grande interesse de grupos, de classes profissionais, de países, regiões ou estados;
- **Brainstorming** - reunião desenvolvida para estimular a produção de idéias. Reúne pessoas que irão emitir suas idéias livremente sobre determinado assunto. Esse tipo de reunião geralmente é promovida por agências de publicidade para a criação de campanhas e também por entidades promotoras de eventos;
- **Brunch** - evento importado dos Estados Unidos, muito usado hoje em dia pelos hotéis; trata-se de um café da manhã e almoço;
- **Colóquio** - reunião fechada que visa esclarecer determinado tema ou tomada alguma decisão; é muito utilizada por diversas classes de profissionais;
- **Concílio** - reunião de prelados católicos, na qual são tratados assuntos dogmáticos, doutrinários ou disciplinares;
- **Concurso** - reunião de pessoas com objetivo de disputar uma competição regida por um regulamento específico;
- **Conferência** - reunião de um grupo que tem por objetivo o aprofundamento de um tema específico. Normalmente, a conferência faz parte de seminários

e congressos, mas pode ser promovida como evento isolado, de curta duração ou em sessão única;

- **Congresso** - reunião de um número considerável de participantes, promovida por entidades associativas, para deliberarem sobre assuntos de interesse comum. Num congresso pode-se fazer uso de mesas redondas, sessões plenárias, reuniões de comissões, objetivando apresentar ou discutir assuntos relativos aos propósitos do evento. Além disto, faz parte de um congresso a programação social, com café da manhã, almoço, jantares, coquetéis e homenagens;
- **Coquetel** - reunião de pessoas cujo objetivo é a comemoração de alguma data ou acontecimento;
- **Desfile** - tipo de evento que se classifica na categoria promocional. Geralmente é promovido por confecções para a apresentação de seus produtos;
- **Encontro** - reunião de pessoas para discutir algum tema.
- **Entrevista coletiva** - reunião entre uma personalidade e imprensa para esclarecimentos e questionamentos;
- **Exposição** - reunião de pessoas para expor produtos artístico, industrial, técnico ou científico. Pode haver ou não objetivo de venda dos produtos expostos;
- **Feira** - exibição pública com objetivo de venda direta ou indireta, constituída por vários estandes, montados em lugares especiais, onde se colocam produtos e serviços;
- **Fórum** - programação promovida por grupos representativos da comunidade, destinada á reflexão sobre assunto de interesse coletivo, de determinada classe ou categoria profissional. Deve contar com a presença de um coordenador que levante um problema de interesse geral, em busca de participação da coletividade;

- **Megaevento** - evento de lazer e turismo em larga escala, como os jogos Olímpicos ou as feiras mundiais. Geralmente é de curta duração, e seus resultados permanecem por bastante tempo nas cidades que os sediam;
- **Oficina** - reunião de um pequeno grupo para discussão de um determinado tema. Pode fazer parte de eventos maiores, como congressos, convenções e encontros;
- **Palestra** - caracteriza-se pela apresentação de um tema predeterminado a um grupo pequeno, que já possui noções sobre assunto. É coordenado por um moderador e permite a intervenção dos participantes durante a exposição;
- **Seminário** - é um tipo de evento em que o assunto exposto é, geralmente, de conhecimento dos participantes, que se organizam em pequenos grupos de discussão. Este evento pode ser dividido em três fases: exposição, discussão e conclusão;
- **Workshop** - são encontros onde há uma parte expositiva seguida de demonstrações do produto a ser comercializado. Pode fazer parte de um evento de maior amplitude;
- **Outros eventos** - inaugurações, sorteios, rodeios, shows, dentre outros.<sup>15</sup>

#### 1.4. Planejamento turístico

Por conta do estresse da vida moderna e a ampliação do tempo livre em relação às horas trabalhadas contribuir para o desenvolvimento da atividade turística<sup>16</sup>, como fuga de tensões, gerando uma movimentação de pessoas que cria amplas transformações nas localidades onde o turismo acontece, que podem ser observadas nos atrativos e/ou nos recursos naturais e culturais, na hospedagem, na alimentação, no entretenimento, nas atividades comerciais e na infra-estrutura de apoio à atividade turística, entre outros, é fundamental o planejamento turístico.

---

<sup>15</sup> MARLENE Matias, Op. Cit.. 62a70.

<sup>16</sup> Percebe-se a atividade turística quando há deslocamento de pessoas do seu local de residência habitual por tempo determinado e devido a movimentações diversas. Para avaliar o êxito dessa atividade, deve-se considerar: atrativos e/ou recursos naturais e culturais; equipamentos turísticos (meios de hospedagem e alimentação ); infra-estrutura, etc.



A atividade turística, quando atinge um alto nível de desenvolvimento, pode vir a ter grande importância econômica para uma região ou um local, necessitando especial atenção para os impactos ambientais que provoca. É uma atividade que consome o espaço geográfico: exige a construção de infra-estrutura, utiliza recursos turísticos, integra a população nativa e pode degradar o ambiente.

O desenvolvimento proveniente do fluxo de turistas pode ser benéfico para a população e para os cofres públicos, mas também pode gerar muitos problemas sérios para as comunidades afetadas. Portanto, esse desenvolvimento requer planejamento cuidadoso.

Um programa de gestão, planejado e implementado corretamente, pode servir para trazer maior competitividade para uma localidade turística. Por outro lado, para que o produto turístico seja cada vez mais competitivo, é necessário adaptá-lo às necessidades do mercado, o que implica eficiência na execução de programas de desenvolvimento sustentável.

O desenvolvimento turístico de determinado local, descrito por várias fases que constituem o ciclo de vida do turismo, deve ser direcionado e controlado levando-se em consideração certas restrições ambientais, sociais, culturais e econômicas. Sem isso, a atividade turística permanecerá crescendo de maneira espontânea, causando impactos negativos.

Para a elaboração de um planejamento turístico, não se deve descuidar da necessidade de mudanças estruturais e qualitativas, tão-menos de efetuar uma nova organização espacial das atividades.

A elaboração de planos de desenvolvimento turístico para municípios – principalmente para os de pequeno porte, que ainda têm condições de criar uma atividade

turística sustentável – deve ser realizada por técnicos ou instituições que atuem multidisciplinarmente.<sup>17</sup>

Isso em virtude do fato de o turismo ser também um atividade complexa, sobrepondo vários setores da sociedade e da economia. Portanto, a ausência de planejamento poderá provocar impactos inesperados e indesejados.

A tarefa de planejar deve estar diretamente ligada às políticas de desenvolvimento do setor de turismo. Há vários benefícios específicos e relevantes na elaboração do planejamento e, no caso do turismo, essas vantagens incluem:

- Definição de objetivos para o desenvolvimento do turismo e como alcançá-los.
- Formas de desenvolver os recursos naturais e culturais e mantê-los indefinidamente conservados para o futuro, e no presente.
- Integração do turismo nas políticas de desenvolvimento globais e nos padrões do país ou região e estabelecimento de relações entre turismo e outros setores econômicos.
- Fornecimento de uma base racional para tomada de decisão para os setores públicos e privado em relação ao desenvolvimento turístico.
- Espaços para o desenvolvimento coordenado de todos os muitos elementos do setor de turismo.
- Otimização e equilíbrio dos benefícios econômicos, ambientais e sociais do turismo, com distribuição eqüitativa desses benefícios para a sociedade, minimizando possíveis problemas do setor.
- Provisão de uma estrutura física que oriente o desenvolvimento da atividade turística.

---

<sup>17</sup> BISSOLI, Maria Ângela Marques Ambrizi. *Planejamento turístico municipal com suporte em sistemas de informação*. São Paulo: Futura, 1999, pp. 13 a 15.

- Estabelecimento de diretrizes e padrões para planos detalhados de áreas de desenvolvimento de turismo.
- Implementação efetiva da política de desenvolvimento do turismo e do plano de administração contínua do setor de turismo.
- Esforços de setores público e privado para investimento no desenvolvimento do turismo.
- Oferta de um monitoramento contínuo de desenvolvimento do turismo.<sup>18</sup>

O planejamento turístico é um processo que analisa a atividade turística de um determinado espaço geográfico, diagnosticando seu desenvolvimento e traçando um modelo de atuação por meio do estabelecimento de metas, objetivos, estratégias e diretrizes mediante os quais se pretende impulsionar, coordenar e integrar o turismo ao conjunto macroeconômico em que está inserido.

Deve ser entendido como uma ação social, no sentido de que vai ser dirigido à comunidade, e racional, visto que é um processo que tende a estabelecer e consolidar uma série de decisões com alto grau de racionalização.

As atividades ligadas ao planejamento turístico compreendem a utilização de técnicas e métodos científicos, com os seguintes objetivos:

- Criação, elaboração, análise e interpretação de planos e projetos turísticos.
- Realização de estudos tendentes a explicar os fenômenos turísticos, bem como as respectivas origens, mudanças e evoluções.
- Análise dos efeitos dos pólos emissores e receptores sobre os indivíduos, grupos ou categorias sociais.

---

<sup>18</sup> BISSOLI, Maria Ângela Marques Ambrizi. *Planejamento turístico municipal com suporte em sistemas de informação*. São Paulo: Futura, 1999, pp. 33 a 34.

- Elaboração de projetos ou estudos de planejamento, organização, funcionamento e exploração de empreendimentos turísticos em empresas privadas ou públicas.<sup>19</sup>

Segundo Ruschmann:

“No turismo, o plano de desenvolvimento constitui o instrumento fundamental na determinação e seleção das prioridades para a evolução harmoniosa da atividade, determinando suas dimensões ideais, para que a partir daí se possa estimular regularmente ou restringir sua evolução.

A finalidade do planejamento turístico consiste em ordenar as ações do homem sobre o território e ocupa-se em direcionar a construção de equipamentos e facilidades de forma adequada, evitando assim efeitos negativos nos recursos, como sua destruição e a redução de sua atratividade”.<sup>20</sup>

O planejamento turístico requer o envolvimento das cidades, da comunidade ou da região, levando em conta seu ambiente global, o que inclui os elementos político, físico, social e econômico, vistos como componentes interligados e interdependentes do sistema de desenvolvimento da comunidade. Ao utilizar o processo de planejamento, a comunidade pode avaliar os impactos das atividades e dos programas turísticos escolhidos sobre aqueles componentes dentro do ambiente como um todo. O planejamento também permite considerar os efeitos que cada elemento tem sobre os outros e certificar-se do desenvolvimento de um programa de turismo aceitável.

Os cidadãos têm obrigação de se envolver com o processo de planejamento turístico da municipalidade. Eles vivem diariamente as causas, conseqüências e/ou efeitos do desenvolvimento da atividade turística, seja qual for seu estágio de desenvolvimento.

---

<sup>19</sup> Idem, pp. 33 a 35.

<sup>20</sup> Ruschman, *Apud*, BISSOLI, Maria Ângela Marques Ambrizi. Op. Cit., p. 35.

Sancho cita cinco princípios fundamentais para o desenvolvimento do turismo:

- Evolução da percepção dos efeitos do turismo.
- Importância do consenso da comunidade local.
- Participação da comunidade local.
- Participação dos turistas
- Integração do elemento sócio-cultural no planejamento turístico.<sup>21</sup>

Nesse contexto, o conceito de desenvolvimento do turismo sustentável reforça essa necessidade e preocupação. Entende-se por desenvolvimento sustentável, segundo o guia para treinamento dos agentes multiplicadores nacionais, estaduais e monitores municipais, da OMT/Embratur:

- Desenvolvimento sem deterioração dos recursos naturais e do meio ambiente.
- Administração com renovação dos recursos ao mesmo tempo em que são utilizados.
- Busca de recursos que renove/regenerem mais rapidamente.
- Consciência de que é preciso satisfazer a necessidade do momento sem comprometer a capacidade de atender a gerações futuras.<sup>22</sup>

### **1.5. Marketing no turismo**

O Marketing é de fundamental importância dentro de um planejamento turístico para um local, por ser o responsável pelo estabelecimento das relações de comercialização e divulgação do produto turístico, de modo adequado à satisfazer as

---

<sup>21</sup> SANCHO, *apud*. BISSOLI, Maria Ângela Marques Ambrizi. Op. Cit., p. 35.

<sup>22</sup> BISSOLI, Maria Ângela Marques Ambrizi. Op. Cit., p. 36 a 37.

demandas do mercado consumidor e atender os interesses da gestão configurando, assim, o Marketing turístico.

O marketing turístico é importante tanto para implementar o turismo junto ao mercado consumidor, como também na própria comunidade do local, atuando na sua conscientização quanto aos benefícios do turismo e estimulando atitudes positivas e adequadas. Ao se estabelecer estratégias de marketing para o turismo, deve-se desenvolver estratégias de conceituação do produto turístico que se quer oferecer, reunindo suas características de forma que se construa uma imagem que propicie um diferencial estratégico ao produto.

Para um produto turístico, é fundamental se dar ênfase aos elementos únicos do local (como meio ambiente e cultura). Estratégias de segmentação de mercado buscam agrupar os consumidores com características semelhantes em um segmento para assim, conhecendo-o melhor, ter condições de melhor atender os clientes de cada segmento, por meio de programas de marketing orientados para as características específicas de cada segmento.

Utilizando principalmente técnicas de mercado, aplicadas por operadoras de turismo, o marketing turístico divide-se em: turismo emissivo e turismo receptivo. O turismo emissivo é apoiado principalmente em estatísticas. As empresas constroem os chamados “pacotes turísticos” que objetivam chamar a atenção dos turistas em potenciais e, por conseguinte, obter a venda desse produto.<sup>23</sup>

Já no turismo receptivo, o Estado, como principal agente, deve preparar-se para bem receber o turista, mantendo uma boa infra-estrutura e oferecendo condições básicas como saúde, legislação, saneamento básico, e outras formas de bem atender aos visitantes. Por serem realizadas muitas vezes em grupo (família, amigos, trabalho), as

---

<sup>23</sup> MACKERCHER, Bob. *Turismo de Natureza: Planejamento e Sustentabilidade*. São Paulo: Contexto, 2002. p.p. 133 a 135.

estratégias adotadas pelo marketing turístico não devem ser dirigidas apenas aos turistas em potenciais, mas também aos reais.

Bob Mckercher ensina que:

“O Marketing de Turismo é um processo de gerenciamento utilizado pelas empresas para desenvolver destinos, instalações e serviços como produtos turísticos; identificar futuros turistas e suas necessidades; determinar preços de produtos; e comunicar seus apelos aos mercados-alvo e passá-las aos consumidores tendo em mente sua satisfação. Tudo isso em conformidade com as metas corporativas. É obvio que o marketing engloba muito mais do que apenas vender produtos; é uma filosofia de gerenciamento predominante que tenta vincular os anseios do consumidor com produtos e serviços adequados.”<sup>24</sup>

Cabe ressaltar que o marketing é de suma importância para o sucesso de um evento que, em muitos casos, constitui o principal fator de atratividade turística de um local, como, por exemplo, a Festa do Peão de Boiadeiro de Barretos (SP) e o Festival Folclórico de Parintins (AM). O marketing pode oferecer ao público oportunidade de usufruir de manifestações artísticas e culturais de qualidade. Desse modo, o Marketing de Eventos é um processo de administração que utiliza os mais modernos métodos de publicidade, promoção e divulgação. Tudo feito com intuito de antecipar e satisfazer as necessidades do consumidor, de forma lucrativa, otimizando investimentos.<sup>25</sup>

Johnny Allen, William O’ Toole Robert Harris Ian ensinam:

“O Marketing é a função do gerenciamento de eventos que pode manter contato com os participantes e visitantes (consumidores) do evento, captar suas necessidades e motivações, desenvolver produtos que atendam a essas necessidades, e elaborar um programa de comunicação que expresse o propósito e os objetivos do evento”.<sup>26</sup>

---

<sup>24</sup> MACKERCHER, Bob. Op. Cit., p 135.

<sup>25</sup> ANDRADE, Renato Brenol. *Manual de Eventos*. Caxias do Sul: Educs, 2002, p. 141.

<sup>26</sup> ALLEN, Johnny; O’ Toole, William; McDonnell, Ian; Harris Robert. *Organização e Gestão de Eventos*. Rio de Janeiro: Campus, 2003, p. 110.

## **CAPÍTULO 2**

### **CICLO DA BORRACHA E O DESENVOLVIMENTO DA AMAZÔNIA**

No século XV, quando da chegada dos conquistadores europeus ao continente americano, a borracha era de uso exclusivo dos indígenas.

A borracha, durante a colonização portuguesa na Amazônia, que ocorreu a partir de 1616, não foi explorada por Portugal, uma vez que os produtos mais interessantes para os comerciantes portugueses eram o ouro, a prata, o algodão, o tabaco e o açúcar. Não existia no mundo um mercado consumidor de borracha, o interesse era por produtos que fossem comercializados no mercado internacional pelo colonialismo europeu do século XVII.

A partir de 1840, a borracha tornou-se um produto de crescente procura nos países industrializados, pois servia de matéria-prima para fabricação de pneus, primeiramente de bicicletas e posteriormente de automóveis. Isso criou uma demanda pelo produto, que foi inicialmente suprida pela exploração de seringais em Parintins e no restante da Amazônia.

Os seringais da Amazônia, fornecedores de um líquido branco, denominado pela ciência de látex, e pelos seringueiros de “leite de seringa”, começaram a ser explorados para atender às indústrias dos Estados Unidos e países europeus como a Inglaterra, a partir da segunda metade do século XIX.

Os portugueses, ao chegarem à Amazônia, fundaram o Forte do Presépio, atual cidade de Belém, sendo que suas atividades econômicas estavam voltadas para a coleta de “drogas dos sertões” (cravo, canela, salsaparrilha e o cacau selvagem), ao longo do rio Amazonas e alguns afluentes. Montaram engenhos de açúcar, utilizando os trabalhos escravos de índios e negros. Essas atividades eram mais lucrativas que a exploração da borracha para os portugueses, na Amazônia.



Na Amazônia, encontrava-se a maior reserva de seringueiras do mundo. Valendo-se disso, o Brasil passou a suprir praticamente toda a demanda mundial de borracha, escoando sua produção pelos portos de Manaus e de Belém. Durante esse período, a região amazônica conheceu súbito progresso e esplendor, que, todavia, manteve-se apenas por cerca de três décadas (1891-1918).

Um dos poucos resultados deste ciclo que permanecem para a região foi o surgimento de Belém e Manaus como cidades modernas, como jamais se vira no Brasil. As cidades receberam calçamento, paisagismo, luz elétrica e bondes. Alguns destes serviços chegaram a estas cidades antes que para a então capital do país, o Rio de Janeiro. Manaus guarda como lembrança edifícios públicos como o Teatro Amazonas, o Palácio do Governo, o Mercado Municipal e o prédio da Alfândega. Belém modernizou seu porto, construiu o Teatro da Paz e diversos prédios públicos. Nas duas cidades, as famílias abastadas construíram palacetes.

A extração da borracha brasileira era feita de modo bastante rudimentar e exigia constante penetração pela mata, em busca de seringais nativos. A dificuldade de acesso a esses seringais impedia uma eficiente exploração e elevava os custos de transporte da produção. Com isso, o preço da borracha aumentava, pois a produção brasileira era insuficiente para suprir a demanda do mercado, sendo que cresciam as necessidades do produto nos centros industrializados.

Em face dessa conjuntura, países, como Inglaterra e Holanda, investiram no plantio de seringais em áreas sob seu domínio político, como Malásia, Ceilão e Indonésia, desenvolvendo um plantio planejado para o aproveitamento industrial. Desse modo, os países capitalistas, em pouco tempo, superaram o primitivo extrativismo praticado nos seringais brasileiros. Basta dizer que o Brasil, no auge de sua produção, entre 1901 e 1910, exportava em média não mais que 34.508 toneladas de borracha por ano. Em 1932, a Malásia produzia 423.800 toneladas, a Indonésia, 212.300 toneladas e o Ceilão, 50.500 toneladas. Uma demanda de cerca de 700.000 toneladas jamais poderia ter sido satisfeita

pela mera exploração dos seringais selvagens. Assim, a partir de 1920 praticamente não houve mais lugar, no mercado internacional, para a borracha brasileira.<sup>27</sup>

## **2.1. História de Parintins.**

A cidade de Parintins, situada no Estado do Amazonas, com 7.069 Km<sup>2</sup> de superfície, banhada pelos rios Paraná do Limão, Aninga, Redondo, Francesa, Parapanema e Lago do Maracurany, limita-se ao norte com o Município de Nhamundá, ao sul com o município de Barreirinha, a Oeste com o município de Urucurituba e ao leste com o Estado do Pará, tendo sido descoberta em 1.542 pela expedição do conquistador espanhol Francisco Orellana, que a denominou de “Provincia de Las Picotas”.

No entanto, somente no século XVIII, após forte ataque dos portugueses aos índios tupinambás (homem viril), que os obrigou a fugirem desarticulados pelo rio Amazonas, Parintins ganhou relevância, já que passou, então, a ser ponto de passagem das várias etnias que buscavam esta região da Amazônia.<sup>28</sup>

Assim, em 1796, o capitão de milícias José Pedro Cordovil, no comando de seus escravos e agregados, desenvolveu na ilha a pesca do pirarucu, plantio de mandioca, tabaco e cacau, denominando a ilha de “Tupinambarana”.

Em 1803, o Conde dos Arcos, capitão-mor do Pará, elevou a fazenda à categoria de Missão com o nome de Vila da Rainha, nomeando o Frei José das Chagas para dirigi-la. Devido ao grande surto de progresso na ilha, em 1833 ela passou a Freguesia de Nossa Senhora do Carmo de Tupinambarana. Depois de 15 anos, uma Lei Provincial do Pará desmembrava-a de Maués e a ilha ganhava a categoria de vila - a Vila Bela da Imperatriz. No Natal de 1880, a sede do município recebeu foros de cidade e passou a chamar-se Parintins. O nome da cidade foi escolhido mediante decisão da Câmara

---

<sup>27</sup> COTRIM, Gilberto. *História e Consciência do Brasil*. São Paulo: Saraiva 1996. pp. 246 a 247.

<sup>28</sup> SOUZA, João Jorge. *Parintins: A Ilha do Folclore*. Manaus: Grafitec, 1987. p. 17.

Provincial do Amazonas, com a finalidade de prestar uma homenagem aos seus mais antigos habitantes, os índios Parintintins, tribo guerreira do tronco Tupi, originária do rio Madeira, mas que passou pela ilha deixando sua marca, ao guerrear com as tribos do lugar. Um ano depois, a freguesia do Andirá foi desmembrada de seu território para construir o município de Barreirinha.<sup>29</sup>

## **2.2. Juta: fonte de desenvolvimento econômico em Parintins.**

Em 1927, iniciaram as conversações entre o Governo japonês e o brasileiro para aquisição, por parte dos japoneses, de uma área no município de Parintins, para instalação de um Instituto Agrícola. Nesse mesmo ano, conforme o contrato de opção celebrado em 11 de março de 1927, o governo do Estado do Amazonas concedeu aos japoneses Geusadaro Yamanichi e Kyreku Amazu uma extensão de terras devolutas com área de um milhão de hectares. Era de grande interesse do governo do Amazonas trazer imigrantes japoneses, pois, com o fim do ciclo da borracha, eram necessárias novas técnicas de cultivo e a introdução de novos produtos agrícolas que pudessem trazer desenvolvimento econômico para o Estado.

Em 1930, o japonês Tsaukasa Ujetsuka comprou de Francisco Barreto Baptista a localidade de Vila Baptista, no município de Parintins, que posteriormente passou a se chamar Vila Amazônia - denominação que mantém até hoje - com aproximadamente mil hectares.

Em 1931 o Ministro da Agricultura do Japão, recebeu do então presidente do Brasil, Getúlio Vargas, permissão para fundar na Amazônia, precisamente no município de Parintins, um Instituto de Estudos Agrícolas para imigração japonesa. No mesmo ano, vieram 271 Kotakosei e começaram a trabalhar e construir a Vila Amazônia e o Instituto Agrícola, o qual foi fundado pelo Tsaukasa Ujetsuka. Os japoneses viviam e trabalhavam

---

<sup>29</sup> VALENTIN, Andréas e CUNHA, Paulo J. *Caprichoso: a terra é azul*. Rio de Janeiro: Ponto de Vista Comunicação, 1999. p. 30.

no município. Estes possuíam maquinário que era utilizado para o beneficiamento das plantações de arroz, castanha-do-pará e agricultura em geral. Trabalhavam também com a fabricação de pequenas embarcações e construíram um hospital, além de outras obras de infra-estrutura.

Em 20 de outubro de 1933, Ryota Oyama, conhecido pelos parintinenses como o “Pai da Juta”, cognome recebido por ter encontrado duas juteiras em seu sítio, localizado na várzea. Á época, o nível da água estava muito alto, fazendo com que Oyama tivesse que transportar as plantas para outro local. Na remoção, apenas uma delas resistiu e serviu de matriz para a colheita de sementes para a plantação de juteiras.

Assim, com a chegada de Kasuma Oyama, filho de Ryota Oyama, para a Vila Amazônia, após muito empenho daquele, foram cultivadas duas árvores robustas de juta, que produziram muitas sementes, iniciando, desse modo, a adaptação da fibra indiana à região Amazônica, sobretudo em Parintins.

Em 1939, teve início a produção de juta, uma das atividades econômicas mais importantes do estado do Amazonas. Com isso, a Vila Amazônia e Parintins entraram em fase de crescimento econômico. Foi instalada, no Parque Industrial de Parintins, uma fábrica cujo nome era “Fábrica Juta”. Esta tinha a finalidade de fabricar fios, sacos e telas, empregando 800 operários e exportando telas e tapetes para todo o mercado da América do Sul. A Fábrica Juta cessou suas atividades e, por isso, foram vendidas em leilões as máquinas e as instalações para pagamento de empregados e fornecedores. Hoje, nada mais resta daquela que foi uma das maiores fábricas de tecelagem do Norte do Brasil.

Com o início da Segunda Guerra Mundial, o Brasil cortou relações diplomáticas com o Japão, visto que este país se aliou à Itália e Alemanha, inimigos

brasileiros durante o período bélico. Em decorrência disso, os japoneses que residiam na Vila Amazônia foram presos e tiveram que se retirar.<sup>30</sup>

### **2.3. A cidade e suas Características Socioeconômicas.**

A cidade de Parintins, pertencente ao estado do Amazonas, é composta por uma ilha, onde fica sua sede e a maior parte da população - conhecida por Ilha Tupinambarana ou Parintins – com aproximadamente 200 quilômetros de largura, localizada às margens do rio Amazonas, que juntamente com algumas vilas rurais, forma o município, que possui uma área total de 7.069 quilômetros quadrados, tendo em sua fronteira, ao leste, o estado do Pará.

A cidade tem seu território dividido pelo rio Amazonas, em duas partes: uma localizada à margem direita e outra à margem esquerda. Cada qual, oferece características diferentes, tanto no que diz respeito à elevação das terras, quanto à vegetação.

A zona situada à margem esquerda abrange a bacia do rio Nhamundá, que empresta àquelas terras um aspecto de planície alagadiça, interrompendo trechos de margens elevadas.

A parte da margem direita, caracteriza-se por ter terras contínuas e elevadas. É o contraste com as que ficam à margem oposta.

Na divisão do território da cidade de Parintins, pelo rio Amazonas, fazem parte da margem direita os rios Andirá, Uaicurapá, Mamuru, Juruty, Parananema, Mariacuam e Mariacuanzinho; os Lagos Uaicurapá, Mumuru, Tracajá, Máximo, Zé-Miri, Zé-Açu, Limão, Muiratinga, Aninga, Jacaré, Miriti, Macurany, Parananema e Francesa; os

---

<sup>30</sup> SAUNIER, Tonzinho. *Parintins: Memória dos Acontecimentos Históricos*. Manaus: Valer/ Governo do Estado do Amazonas, 2003. pp. 176 a 178.

Igarapés Xibuí, Boto e Parintins; e rios Paranás do Ramos, do Limão, de Parintins e do Limãozinho.

Da margem esquerda fazem parte os rios Nhamundá, Daquer e Pratacu; os lagos Canaru-Grande, Canaruzinho, Mamuriacá, Araçá, Sumahuma, Comprido, Matapi, Sariema, Boto, Sapucaia, Aruá, Lontra, Cúria, Taparebá, Ariramba, Arauá, Bacabal, Caruari, Papaurá, Guariba, Xixié, Mocambo e Caburi; os Igarapés Corocoró, Araçaquiçana, Mangubal, Ribeira e Panauaru; as Ilhas Ciganas, Urubu, Cotias, Onças, Máximo, Caripuna, e Arco; e rios Paranás Bom Jardim, Jacaré, Macuricanã, Espírito Santo, Xibuí, Mocambo, Arco, Caburi, Onças, Boto, Aduacá e Curiabá.<sup>31</sup>

Existem várias ilhas, destacadas por rios Paranás, mas a grande maioria das terras é “alta”. Ao Sul do Município, está a serra de Parintins, que se estende à bacia do Andirá, onde predominam as “terras firmes”.

No período das cheias do Rio Amazonas a paisagem se transforma, tornando a ilha um extenso território recortado pelas águas com inúmeras pequenas ilhas. A Ilha de Tupinambarana encontra-se a salvo das cheias, pois fica à altitude média de 15m acima do nível normal do Rio Amazonas.

O clima da cidade de Parintins é tropical chuvoso e úmido, com temperatura máxima de 35,5° C, mínima de 22,4° C e média 26,3° C. Há duas estações anuais: inverno (época de chuva), que começa no mês de dezembro e se estende até maio. Nesse período, o Rio Amazonas inunda as áreas de várzea e fertiliza os solos, tornando a pesca mais escassa e exigindo maior esforço humano para as atividades de subsistência. O verão inicia-se no mês de junho e se prolonga até novembro, quando o sol é mais intenso e a maior parte das áreas de várzea no período da vazante encontra-se fertilizada para o cultivo das lavouras

---

<sup>31</sup> SOUZA, João Jorge. Parintins: *A Ilha do Folclore*. Manaus: Grafitec, 1987.p.p. 51 a 52.

temporárias, assim como a pesca se torna mais abundante, nos inúmeros lagos pesqueiros que surgem com o recuo das águas do Rio Amazonas.<sup>32</sup>

A vegetação é formada por florestas de várzea e terra firme e o relevo do município é constituído de planície e baixo planaltos amazônicos, destacando-se as serras de Parintins e Jurupari. Além do rio Amazonas, destacam-se o Mamuru e o Paraná do Ramos.

A distância entre Parintins e Manaus é de aproximadamente 370 Km por via aérea, enquanto o percurso realizado por meio fluvial, tem a distância de 420 Km. Para chegar à Parintins, podem ser utilizados dois meios de transporte: fluvial ou aéreo. As embarcações regionais constituem o principal meio de acesso à região, com deslocamentos que levam em torno de dezoito horas no sentido Manaus – Parintins e trinta horas no sentido Parintins – Manaus. A viagem fluvial de Parintins para Manaus envolve um número maior de horas, pois, neste caso, as embarcações navegam no sentido contrário à corrente das águas do Rio Amazonas. A navegação contra a corrente dos rios da região demoram, em média, o dobro de duração da que é percorrida no sentido da correnteza.<sup>33</sup>

Desde 1998, o percurso entre Manaus e Parintins foi reduzido a seis horas, devido à utilização de moderna embarcação fluvial chamada de “lanchas a jato”. Estas possuem motorização mais potente em relação às outras embarcações, embora os barcos regionais ainda continuem sendo usados como o principal meio de transporte de passageiros. O avião de pequeno porte também constitui um meio de transporte importante na região, com deslocamento entre Manaus e Parintins de, em média, uma hora de voo. Manaus é a principal referência regional para as pessoas que se deslocam do Centro-Sul do Brasil com destino a Parintins, pois, por outras cidades importantes, relativamente próximas, como Santarém e Belém, o percurso, por via fluvial, é mais demorado, visto que

---

<sup>32</sup> SAUNIER, Tonzinho. Op. Cit., p.p. 179 a 180.

<sup>33</sup> BRAGA, Sérgio Ivan Gil. *Os Bois Bumbás de Parintins*. Rio de Janeiro: Funarte/ Editora Universidade do Amazonas, 2002. p.p. 13 a 14.

terá de ser feito contra a correnteza do rio Amazonas.<sup>34</sup> Neste ano, a TAM Linhas Aéreas iniciou a operação de mais três destinos por meio de um acordo operacional com a Total Linhas Aéreas. As novas rotas são voltadas para a região Norte do país e incluem Parintins, no Amazonas, Itaituba e Altamira, ambas no Pará. A TAM oferece conexões para os novos destinos a partir de Manaus, Santarém e Belém em aeronaves da empresa Total. Para os três novos destinos, há uma frequência de um voo de ida e outro de volta, de segunda a sexta-feira.<sup>35</sup>

De acordo com os dados do IBGE sobre Parintins, no censo de 1996 o município tinha um total de 71.574 habitantes, com 49.748 pessoas na área urbana e um total de 21.826 na área rural. Outro levantamento realizado em 1997, indicou uma população total de 74.814 habitantes no município, com 52.000 residentes na cidade e o restante na área rural do município. De acordo com dados do IBGE, censo de 2004, a população na área urbana é de 99.813 habitantes.<sup>36</sup>

Parintins é hoje um dos municípios mais importantes do Estado do Amazonas, seja do ponto de vista econômico ou como referencial cultural. A produção econômica é, no entanto, historicamente centralizada. Até o início da década de 80, predominava na economia do município a produção de juta. Dela aproveitavam-se os fios que serviam de matéria-prima para indústria. Com a falência da produção da juta no município, restaram apenas os barracões em que funcionaram as fábricas que, além de serem utilizados atualmente para outras atividades, tornaram-se referência para a memória de uma época, lembrada hoje pela população local como o tempo da fartura.

As atividades de destaque atualmente na economia de Parintins são as ligadas à agropecuária, sendo de ressaltar que a cidade ocupa o primeiro lugar no Estado do Amazonas na criação dos rebanhos bovino, bubalino e ovino. Também se dedica à criação

---

<sup>34</sup> SAUNIER, Tonzinho. *Parintins: Memória dos Acontecimentos Históricos*. Manaus: Valer/ Governo do Estado do Amazonas, 2003. p. 183

<sup>35</sup> <<http://www.tam.com.br>> Acesso: 05 de mar. 2005.

<sup>36</sup> <<http://www.ibge.gov.br>> Acesso: 31 de mar. 2005.



de eqüinos, suínos, caprinos asininos, galinhas (galos, frangos e pintos) e codornas. De acordo com os dados do IBGE, de 2002, o rebanho mais importante de Parintins é o bovino, com 105.563 cabeças. Os produtos de origem animal que merecem destaque são o leite de vaca, ovos de galinha e ovos de codorna. Na agricultura, os principais produtos das lavouras temporárias são: o abacaxi, arroz (em casca), cana-de-açúcar, feijão (em grão), mandioca, melancia, milho (em grão) e tomate. Os produtos das lavouras permanentes que merecem destaque são: abacate, banana, cacau, guaraná (semente), laranja, limão, mamão, manga e maracujá.<sup>37</sup>

Nas atividades de extração vegetal, deve-se ressaltar a extração do pau-rosa (óleo), usado como matéria-prima na indústria, a copaíba (óleo), a castanha do Pará e a madeira em tora. A silvicultura apresenta uma produção incipiente no município, destinada exclusivamente à produção de resina e madeira em tora. Alguns frutos regionais têm adquirido importância comercial recente, como o cupuaçu, a graviola, o buriti, o açaí, o tucumã, a pupunha, entre outros. A pesca em Parintins é uma das principais fontes de proteína animal do município, com destaque para as seguintes espécies: Acará-Açu, Aruanã, Curimatá, Dourada, Sardinha, Matrinchã, Pacu, Pirapitinga, Pirarucu, Surubim, Tambaqui, Tucunaré e Jaraqui.<sup>38</sup>

De acordo com esses dados, pode-se inferir que a atividade econômica mais importante do município é a pecuária, sobretudo a criação de bovinos, seguida da pesca. As demais atividades econômicas destinam-se exclusivamente ao abastecimento do próprio município de Parintins.

Desde o início da década de noventa, o turismo tem despontado como uma atividade econômica promissora no município, sobretudo à época da realização do Festival Folclórico de Parintins. Turistas de Manaus, Belém, Santarém e de estados de outras regiões do país, bem como turistas estrangeiros, deslocam-se para a Ilha Tupinambarana

---

<sup>37</sup> <<http://www.ibge.gov.br>> Acesso: 31 de mar. 2005.

<sup>38</sup> <<http://www.ibge.gov.br>> Acesso: 31 de mar. 2005.

para ver a apresentação dos Bois-bumbás “Garantido” e “Caprichoso”, além de aproveitar o início do verão amazônico em Parintins e as inúmeras atividades programadas pelos parintinenses para receber os visitantes.<sup>39</sup>

O artesanato é outro setor da economia que tem crescido consideravelmente, devido à presença de turistas, sobretudo durante o Festival, na cidade. Existe no município uma infinidade de artesanatos confeccionados por artistas, escultores e pintores locais. São peças talhadas em madeira, barro e palha, mas a maioria são artesanatos confeccionados da fibra da juta, que são comercializados no Centro Artesanal de Parintins. Lá, é possível comprar também adornos em contas coloridas, cocares e cestaria dos índios Catere-Maué.<sup>40</sup>

Na culinária destaca-se a carne de boi e búfalo de boa qualidade, haja vista que os rebanhos alimentam-se exclusivamente de pasto. Também são oferecidos vários peixes, pescados nos rios da região, entre eles o acari-bodó, animal pré-histórico de escamas rígidas, cor de cobre escurecido e carne branca de sabor ativo. A ova do bodó é considerada o “caviar da Amazônia”. Pode-se, também, degustar outros peixes assados na brasa ou fritos, como o jaraqui e a mujica de peixe, a caldeirada de tucunaré com pirão escaldado, os bolinhos de piracuí – farinha de peixe inventada pelos índios. São oferecidos, ainda, o pato no tucupí, galinha caipira, tacacá- espécie de sopa feita de tapioca, jambu e camarões secos embebidos em tucupí, que é um líquido de coloração amarela, feito com o sumo bem cozido da mandioca ralada.<sup>41</sup>

Em Parintins há um conjunto de festas que marcam o calendário anual da cidade, e uma parte significativa é destinada à comemoração de santos. Dentre essas festas mantem-se a tradição das pastorinhas que saem às ruas no mês de dezembro. As festas

---

<sup>39</sup> BRAGA, Sérgio Ivan Gil. *Os Bois Bumbás de Parintins*. Rio de Janeiro: Funarte/ Editora Universidade do Amazonas, 2002. p.p. 18 a 19.

<sup>40</sup> SOUZA, João Jorge. *Parintins: A Ilha do Folclore*. Manaus: Grafitec, 1987.p. 55

<sup>41</sup> VALENTIN, Andréas e CUNHA, Paulo J. *Caprichoso: a terra é azul*. Rio de Janeiro: Ponto de Vista Comunicação, 1999. p. 76.

principais, no entanto, são o Festival do Boi-Bumbá e a festa em louvor a Nossa Senhora do Carmo, padroeira de Parintins, que se realiza de 6 a 16 de julho.

No município de Parintins estão estabelecidas várias firmas comerciais, sendo em média 422 empresas comerciais e varejistas. O setor secundário é expressivo, o parque industrial de Parintins é o mais desenvolvido do interior do Estado, com cerca de 35 indústrias, dos mais diferentes segmentos da economia.

Destacam-se no setor terciário da economia do município os hotéis - a maioria com instalações muito simples - pensões e cinco agências bancárias, dos seguintes bancos: Banco da Amazônia; Banco do Brasil; Bradesco; Caixa Econômica Federal.<sup>42</sup>

## **2.4. Os atrativos turísticos de Parintins.**

### **2.4.1 Atrativos Naturais.**

**Serra de Parintins:** É uma pequena elevação de 152 m de altitude circundada por espessa vegetação rica em flora e fauna, que faz divisa com o estado do Pará. O acesso é por via fluvial, durando em média duas horas, e por via terrestre, partindo da Vila Amazônia, no município de Parintins, situada a 369Km oeste de Manaus. Chamada também de Serra Valéria - nome da mais antiga moradora do local - o lugar tem um atrativo especial, que é um braço de um rio que forma um lago bem vistoso.

**Praia do Varre Vento:** Localiza-se no Rio Uaicupará, com mais de 1 Km de praia, cercada por bela vegetação e por várias ilhas. O tempo de locomoção da Ilha de Parintins até o lugar é de 2 horas e 30 minutos.

---

<sup>42</sup> SAUNIER, Tonzinho. *Parintins: Memória dos Acontecimentos Históricos*. Manaus: Valer/ Governo do Estado do Amazonas, 2003. p.181

**Morro de Santa Rita:** É localizado na Agrovila de Valéria, de onde se pode ver e ter contato com a natureza, composta por lagos, igarapés e espécies raras de orquídeas. O acesso é por via fluvial, e dura em média 2 horas e 30 minutos. A pesca esportiva é um dos atrativos da região.

**Lagos de Macuricanã e Uaicurapá:** Esses dois complexos lagunares são atrações imperdíveis. O Lago Macuricanã é sazonal - só pode ser visto e apreciado no verão amazônico - e tem cerca de 40 lagunas. Quanto ao Uicurapá, o local é de extrema beleza, excelente para o pouso e reprodução de diversas aves. É o lugar ideal para o desenvolvimento do turismo ecológico, principalmente para observação de aves, que conta com um público específico, que cresce cada vez mais no mundo. Isso porque o ecossistema do Uicurapá atrai espécies raras. Alguns desses pássaros são oriundos do pantanal e partes da América do Norte, que pousam em Parintins para se reproduzirem.<sup>43</sup>

#### 2.4.2 Atrativos históricos – culturais.

**Catedral de Nossa Senhora do Carmo:** Fundada em 31 de maio de 1962, ela é toda de tijolo aparente e foi projetada na Itália. É a edificação mais alta do município e pode ser vista a alguns quilômetros da cidade, ao se aproximar do porto.

**Igreja do Sagrado Coração de Jesus:** Fundada em 1945, era a antiga Igreja de Nossa Senhora do Carmo, mas com a construção da nova catedral passou

---

<sup>43</sup> REVISTA PARINTINS. *Parintins: a ilha da alegria*. Manaus: RSC, n. 1, 2000, p. 66.

a se chamar Sagrado Coração de Jesus, em 1962. A igreja encontra-se em frente ao Rio Amazonas.

**Igreja de São Benedito:** fundada em 1795, pelo Frei José das Chagas, foi a primeira Igreja de Parintins. Foi demolida em 1905 e hoje deu lugar à Praça do Cristo Redentor e à nova Capela de São Benedito, que foi construída em 1945, em um bairro que recebe o mesmo nome.

**Vila Amazônia:** Está situada a leste da cidade de Parintins, banhada pelo rio Amazonas e pelo Paraná do Ramos, distante 20 minutos, por meio de transporte fluvial, da Ilha de Parintins. A vila, de grande importância histórica, tem uma área de 78.270 hectares e foi criada para assentamento de imigrantes japoneses.<sup>44</sup>

---

<sup>44</sup> REVISTA PARINTINS. *A cidade cenográfica do Brasil*. Manaus: RSC, n. 4, 2003, p. 44.

### **CAPÍTULO 3**

## **A ORIGEM DO FOLCLORE BRASILEIRO E O FESTIVAL FOLCLÓRICO DE PARINTINS**

As origens do folclore brasileiro prendem-se a três elementos básicos: o índio, o branco e o negro. Assim, em quase todas as manifestações folclóricas brasileiras pode-se encontrar a marca das três culturas que se misturam, fundindo-se numa só.

Da cultura indígena, caracterizada pelo contato permanente com a natureza, o brasileiro herdou uma filosofia dominada pela terra e pelos mistérios da natureza, um respeito pelas águas e serras, um encanto pelas flores, pelos animais e pela música dos pássaros, pela magia e ingenuidade primitivas.

Do português (branco), além da base cultural proveniente da Península Ibérica, herdou a audácia e a energia do desbravador de terras, unida à saudade do lar distante. O segredo da unidade geográfica do Brasil é uma consequência desse espírito lusitano.

Do escravo africano, encontra-se a tristeza, a sensualidade, a resistência ao sofrimento, a resignação e o fatalismo, isso porque a escravidão já era praticada na África antes de ser transplantada para a América.

As manifestações de origem indígena são as fábulas e contos cujos heróis são bichos das matas das regiões brasileiras, tais quais: onça, jabuti, raposa, urubu, etc. Vários mitos, sobretudo de metamorfose, como: o Boitatá, o Curupira, o Saci-pererê, a Iara, etc. Lendas como a de Sumé, a origem da mandioca, a criação da noite. Danças rituais com figuras mascaradas, ritmos próprios e instrumentos característicos, assim como: buzinas, chocalhos, maracás. Um artesanato primoroso na execução de redes, trançados, utensílios de palha, madeira, barro e arte plumária. Influências nos hábitos, como dormir em rede, tomar banhos freqüentes e na alimentação.

As manifestações de origem portuguesa têm como fonte principal a base cultural, representada pela língua, a religião, os costumes e tradições da Península Ibérica, que trazem a marca da civilização do Velho Mundo. Contos populares da literatura universal vieram com os portugueses, adaptando-se ao novo ambiente e adquirindo o colorido da terra, como: Pedro Malasartes, a Gata Borralheira, o Chapeuzinho Vermelho, a Madrasta, as fadas. As festas e folguedos, na maioria de cunho religioso, tais quais: reisados, ternos, ranchos, pastoris, cheganças, bandeiras de santo, coroação do divino. As devoções populares, assim como: os festejos de maio, festas juninas, o carnaval. No artesanato: as rendas, os bordados, as pinturas e os ex-votos.

As manifestações de origem africana são a mistura de crenças religiosas, rituais característicos, como o candomblé, a macumba e a umbanda. Cultos às divindades de origem africana, identificados por força das circunstâncias aos santos da religião católica: Iemanjá, Ogum, Oxalá, Iansã e outros. A música característica, onde sobressaem o samba, o batuque, ao lado de instrumentos típicos, sobretudo os de percussão. Alimentação muito condimentada como, por exemplo: o vatapá, o acarajé, cururu, cocada, quindim, etc, assim como as bebidas e os temperos.

Em razão da influencia dos três elementos (índio, branco e negro), torna-se difícil distinguir a fonte principal da origem do folclore brasileiro.<sup>45</sup>

### **3.1. As primeiras festas folclóricas de Parintins.**

O folclore de Parintins iniciou-se, certamente, com os primeiros habitantes da ilha, são eles: maués, sapopés, mundurucus, parintintins, pataruanas, paraueris, paravianas, tupinambás, tupinambaranas e uaipixanas.

As principais festas eram as danças da tucandeira ou tocandira, dos Maués e Mundurucús. Os maués celebravam como festa nupcial e os mundurucús, como sinal de

---

<sup>45</sup> MEGALE, Nilza Botelho, *Folclore Brasileiro*. Rio de Janeiro: Vozes, 1999. p.p. 24 a 26.

emancipação e robustecimento de provas. Os Mundurucús também tinham a Festa da Vitória, onde exibiam a cabeça do inimigo enfeitada de plumas e plúmulas. É sabido que o folclore indígena decantava a natureza e tudo que ela criou: os pássaros, os animais, as árvores, as plantas medicinais, as ervas aromáticas e a imaginação criou os monstros das florestas e das águas, tais quais: jurupari, juma, mapinguari, curupira, yara, acãuera-de-fogo, cobra-grande, tapirayauara, boto e tantos outros seres misteriosos e encantados.

No Folclore de Parintins são encontrados elementos históricos relatados pela historiografia amazônica e pelas tradições do lugar, onde se incluem as lendas, mitos, credences e canções dos índios, além de outras tradições populares dos portugueses e africanos, reunidas na sabedoria popular há mais de três séculos. Nesses termos, é interessante observar que o folclore se refere a um contexto amazônico e é resultado da criatividade dos parintinenses, agindo de modo criativo na história e tradição popular para exteriorizar uma sabedoria que se expressa de várias formas, entre os quais pelo Boi-Bumbá.<sup>46</sup>

O Boi-Bumbá é uma manifestação folclórica do Maranhão, trazida para a Amazônia pelas primeiras levas de migrantes oriundos daquele estado - povoadores brancos da região do extremo norte.<sup>47</sup>

A Festa do Boi é a encenação da lenda do Boi-bumbá. A história é a seguinte: grávida, Mãe Catirina deseja comer a língua do boi mais bonito da fazenda onde vive, o que leva seu marido, o peão Pai Francisco, a matar o animal de estimação de seu patrão. O homem é descoberto e preso. Para salvar o boi, o amo manda chamar um médico e um padre, que acabam conseguindo ressuscitar o animal. Pai Francisco é perdoado e todos iniciam uma grande festa. Trazido do Maranhão, o espetáculo de Parintins ganhou

---

<sup>46</sup> SAUNIER, Tonzinho. *Parintins: Memória dos Acontecimentos Históricos*. Manaus: Valer/ Governo do Estado do Amazonas, 2003. p. 199.

<sup>47</sup> SOUZA, João Jorge. *Parintins: A Ilha do Folclore*. Manaus: Grafitec, 1987, p. 108.



algumas adaptações: o médico virou um pajé, a presença do negro foi substituída pela do índio e a prisão do matador só é conseguida com a ajuda de uma tribo indígena.

A história registra a existência de outros bois-bumbás anteriores aos atuais bois “Garantido” e “Caprichoso”. Entre 1910 e 1912, surgiu o boi “Diamantino” do piauiense “Ramallete”. Em 1913, surge o “Boi Caprichoso”, que inicialmente chamava-se “Galante”, trazido de Manaus por Emídio Vieira e, em 1915, o boi “Fita Verde do Aninga”, de Izídio Passarinho, e, em 1913, o “Boi Garantido”, criado pelo poeta popular e folclorista Lindolfo Monteverde.

Nas décadas de 30 a 60, os bumbás, os cordões de pássaros e de peixes, as pastorinhas, dançavam nas residências ou à frente delas e andavam pelas ruas alegrando o povo, que os acompanhava.

Ficaram famosos à época, os cordões de pássaros, como: o rouxinol do “Florival telegrafista”, o “Bem-te-vi” e a “Gaivota do Venâncio”, e o “Guará”, criado por Justiniano Seixas. O tangará marcou época na década de 60. Os cordões de peixes, tais quais: “Uaicurapá”, “Tambaqui” - peixe de carne saborosa da Amazônia-, que era conduzido espetado por uma menina que vestia roupas coloridas. Houve, ainda, os bumbás mirins, como: “Tira-Teima” e o “Dois de Ouro”. No período carnavalesco, apareceram a “Barca Misteriosa”, o “Cordão de Bode”, o “Vaso de Guerra” e o “Navio Fortaleza” que alegravam as noites com seus encontros e “batalhas navais”, com fogos de artifício e ronqueiras (artefatos pirotécnicos constituídos por um cano de ferro, preso a um cepo cheio de pólvora, que produz grande efeito visual quando se lhe inflama a escorva). Após as “batalhas”, todos se confraternizavam na festa do fogueiro.

As pastorinhas, hoje, são provenientes principalmente do interior, e as quadrilhas por serem festas populares, exibem-se no Bumbódromo, na abertura do Festival Folclórico.<sup>48</sup>

## **3.2. A criação dos bumbás Garantido e Caprichoso**

### **3.2.1. Garantido**

Conta-se que, em 1913, Lindolfo Monte Verde, quando tinha 13 anos de idade, época em que ainda se sentava ao colo de sua avó para ouvir as lendas do boi de pano maranhense que dançava nas noites de São João, criou, inspirado no que ouviu, o boi que era “brincado” originalmente por meninos.

Por mais de sete anos o quintal de sua residência foi palco para a festa desse boi. Após muito esforço, Lindolfo conseguiu convencer sua mãe, Alexandrina Monte Verde, a ajudá-lo a fazer os primeiros chapéus e camisas vermelhas para que seu boi pudesse se apresentar nas ruas da cidade. Mas, foi com 18 anos de idade que a brincadeira de quintal de Lindolfo Monte Verde tornou-se motivo de promessa, e transformou o Garantido em um “Boi de promessa”, devido ao fato de Lindolfo, em viagem ao Pará, ter tido sérios problemas de saúde e, por conta disso, ter feito promessa a São João Batista que, caso se curasse, faria seu Boi brincar durante toda sua vida. A graça foi alcançada e Lindolfo cumpriu a promessa.

Daí em diante, o Boi foi conquistando, ao longo de várias décadas, a simpatia de milhares de pessoas do Brasil e do mundo, mantendo viva as raízes do amazonas através de sua música e dança. As cores que predominam no garantido são as cores vermelha e branca. O Boi é branco e possui um coração na testa.

---

<sup>48</sup> SAUNIER, Tonzinho. *Parintins: Memória dos Acontecimentos Históricos*. Manaus: Valer/ Governo do Estado do Amazonas, 2003, p.200.

Quando Lindolfo Monte Verde fundou o Garantido, seu rival era o boi Galante. Nesta época, os dois bois se encontravam na rua e tiravam toadas de desafio. Dentre as toadas desse período, destaca-se uma toada do Garantido desafiando o Boi Galante, cuja letra era a seguinte:

“Boi Garantido ouviu  
Estarem falando em deus  
Boi Garantido ouviu  
Estarem falando em Deus

Escutou na terra e olhou pra diante  
Olha boi Galante teu deus sou eu  
Olha boi Galante teu deus sou eu”.<sup>49</sup>

Depois do Boi Galante, nos anos trinta e quarenta, o rival do Garantido passou a ser o Boi Caprichoso, cujos encontros também eram marcados por toadas e desafio e, muitas vezes, culminavam em brigas de rua. Dia 29 de junho era o dia em que Garantido e Caprichoso se encontravam no centro da cidade e, nessas ocasiões, as agressões físicas eram frequentes. Os bois brigavam “boi com boi”, ou seja, as armações dos bois eram suficientemente fortes para suportar o embate do “boi contrário”. Nesse período, uma das principais toadas de desafio entre o Boi Garantido e Caprichoso era a seguinte:

“Lá vai, lá vai,  
Lá vai a turma de fé  
Eu vou brincando  
Só no tombo da maré

Contrário arreda da frente  
Tu sabes meu boi quem é  
Eu não te trago enganado  
Quem avisa amigo é”.<sup>50</sup>

Nessas ocasiões, o Garantido já apresentava a mesma cor nas fantasias, ou seja, os figurantes vestidos com blusa vermelha e calça branca, além de trajes chamativos para “Pai Francisco” e “Mãe Catirina”. A brincadeira de boi sempre foi praticada por

---

<sup>49</sup> BRAGA, Sérgio Ivan Gil, *Os Bois Bumbás de Parintins*. Rio de Janeiro: Funarte/ Editora Universidade do Amazonas, 2002. p. 346.

<sup>50</sup> Idem, p.347.

homens. Em 1963, o Garantido introduziu a primeira mulher na apresentação do boi, caracterizada como uma índia que fazia par com o “Tuxaua”, que existe desde a criação do Boi Garantido. O fato causou grande surpresa na cidade e, desde então, outras mulheres passaram a fazer parte da brincadeira, com novas figurações dando origem a outras índias e à chamada “Rainha da Fazenda”. As mulheres também assumiam a sua participação na música, inicialmente batendo palminhas. Hoje, encontramos mulheres na batucada batendo tambor, tocando cheque-cheque, caixinha e cuíca.<sup>51</sup>

### 3.2.2. Caprichoso

O Boi Caprichoso surgiu, em 20 de outubro de 1913 - inicialmente como “Galante” – e, em março de 1925, a partir de uma cisão no comando do Boi Galante, passou a ter a denominação atual. Ocorre que, por divergências, o antigo dono do Boi Galante, Emídio Vieira, abandonou o comando do Boi que ficou a cargo dos irmãos Cid. Vindos de Crato, Ceará, os irmãos Raimundo Cid, Pedro Cid e Felix Cid, chegaram em Parintins em busca de trabalho, e prometeram a São João Batista: caso conseguissem emprego, reverenciariam para sempre o Santo com um boi de pano, e assim o fizeram, denominando-o Caprichoso.

No início, o Boi contava com cerca de 20 pessoas, que utilizavam instrumentos feitos de madeira oca revestidos com pele de animais. A paixão pelo Boi Bumbá Caprichoso cresceu continuamente, a ponto de dividir a cidade de Parintins entre a sua cor azul e a vermelha de seu adversário.

---

<sup>51</sup> MONTEVERDE, João Batista. *Boi Garantido de Lindolfo*. Manaus: Governo do Estado do Amazonas/Secretaria de Estado da Cultura/Editora da Universidade Federal do Amazonas/Universidade do Estado do Amazonas, 2003, p.21.

O Boi Caprichoso é conhecido como “diamante negro” - em razão deste ser todo na cor preta - e possui na testa uma estrela, mas as cores que predominam são o azul e o branco.<sup>52</sup>

### **3.3. O Festival de Parintins.**

#### **3.3.1. Origem**

O Festival Folclórico foi criado em 1966 e com ele a população passou a organizar uma modalidade de disputa para disciplinar o confronto entre os dois bois, o Garantido e o Caprichoso. O evento foi organizado por um grupo de jovens ligado à igreja – a Juventude Alegre Católica (JAC). Segundo Raimundo Muniz, uns dos mentores do festival, o grupo organizou a competição porque a população já não conseguia mais conviver com a violência, desencadeada toda vez que os brincantes se encontravam nas ruas. Outra versão afirma que a motivação foi financeira. Supostamente, a associação teria criado o festival com a finalidade de arrecadar recursos para as promoções da igreja.<sup>53</sup>

Com o festival, os bois passaram a se apresentar em um tablado, sendo avaliados em cinco quesitos: marcação, organização, vestuário, ritmo, animação e opinião pública. Desta forma, o julgamento implementava naquele momento o que viria a ser a competição, cujo resultado almejado passou a ser o título de campeão e o troféu.

O controle das brigas foi algo perseguido pelos organizadores nos primeiros momentos do festival, pois, além das regras, jurados e premiação para o vencedor, impedia-se a permanência dos brincantes de um boi no momento em que o outro estivesse se apresentando. A medida tinha por finalidade evitar a violência.

---

<sup>52</sup> VALENTIN, Andréas; CUNHA, Paulo J. *Caprichoso: a terra é azul*. Rio de Janeiro: Ponto de Vista Comunicação, 1999, p.p. 131 a 132.

<sup>53</sup> SAUNIER, Tonzinho. *Parintins: Memória dos Acontecimentos Históricos*. Manaus: Valer/ Governo do Estado do Amazonas, 2003. p.201.

A convivência das torcidas passou a ser disciplinada por um regulamento, de modo que, caso uma torcida se manifestasse durante a apresentação do adversário, a agremiação a que pertencia perdia pontos no quesito correspondente à torcida organizada. Desta maneira, o regulamento assegurou a participação das torcidas, mas definiu regras para a participação das mesmas.

O empenho dos organizadores se dava ainda na busca de recursos para realizar o festival. Faziam promoções para arrecadar fundos e solicitavam a contribuição para a construção de um espaço adequado para as apresentações. Quatro lugares diferentes foram experimentados antes do ginásio em que se realiza atualmente espetáculo.

A partir de determinado momento o festival despertou o interesse e a participação da população, suscitando a confluência de interesses políticos sobre a festa. A Juventude Alegre Católica organizou o festival até 1982; no ano seguinte a Prefeitura de Parintins assumiu a tarefa de organização. Não obstante a desconfiança desta entidade, um passo relevante foi dado na história do boi-bumbá, na medida em que o poder público começou a organizar o evento: a festa passou a contar com investimentos governamentais na infra-estrutura e na divulgação.

Com o festival implantado, procurou-se estruturá-lo como um espetáculo atrativo. Para tanto, algumas medidas foram tomadas, tais quais: a escolha de um espaço para as apresentações, a definição de temas que determinam um certo padrão, as alegorias e as regras. Segundo Jair Mendes - artista plástico que introduziu as alegorias nas exposições -, o que mais despertou o interesse da população foram as novidades artísticas, principalmente as alegorias. As novidades introduzidas a cada ano tornaram-se atrações do festival e isso permitiu que os bois fizessem experiências a cada edição para chamar a atenção do público. O ritual é constantemente acrescido de novos itens e, portanto, continuamente ampliado.<sup>54</sup>

---

<sup>54</sup> SAUNIER, Tonzinho. Op. Cit., p. 208

A transformação da “brincadeira de rua” para o festival disciplinou o confronto: antes efetuado por desafios e violência física, atualmente através de uma competição mediada por regras. Nessa nova modalidade, o desejo de ser escolhido campeão tornou-se o referencial da relação com o adversário. Se antes havia humilhação pela danificação do boi, nessa nova fase ela continua a existir, mas de forma diferente. Por exemplo, as paródias que a agremiação vencedora cria sobre as toadas do perdedor, que buscam concretizar a superioridade do vencedor e realçar o sentimento de inferioridade do perdedor.<sup>55</sup>

### 3.4. O espetáculo

A competição entre os bois tradicionalmente ocorria durante os dias 28, 29 e 30 de junho, no entanto, a partir deste ano, ocorrerá durante o fim de semana, nos dias 24, 25 e 26 de junho - sexta-feira, sábado e domingo - com o objetivo de propiciar, com isso, maior fluxo de turistas, pois foi constatado que, quando coincidia de o Festival ocorrer nos mencionados dias, o fluxo de visitantes aumentava.<sup>56</sup>

Concretiza-se numa seqüência de tempo mais longo, em que se destacam a preparação, a realização e a finalização. O período que abrange a totalidade dos tempos e dos eventos é identificado como o período da festa.

Nesse longo período, de aproximadamente cinco meses, tem-se uma série de eventos fundamentais na construção do espetáculo.

A preparação começa após o carnaval e se estende até os dias em que se realizam as apresentações dos bumbás. O período de maior investimento na preparação vai de abril até meados do mês de junho. Trata-se de um tempo marcado por diferentes ações:

---

<sup>55</sup> SOUZA, João Jorge. *Parintins: A Ilha do Folclore*. Manaus: Grafitec, 1987.p.p. 109 a 113.

<sup>56</sup> JORNAL DA ILHA, Parintins, 08 de março de 2005, caderno Cidade, p. 10.

negociação de recursos, contratação de artistas, realização de festas, ensaios, treinamentos e a produção artística. Todo esforço é feito para antecipar os mínimos detalhes, de modo que no festival a atenção esteja fixada apenas nos acabamentos.<sup>57</sup>

No período do Festival a cidade é organizada para receber os visitantes, os bois realizam os últimos ensaios e as festas de recepção aos turistas; têm-se ainda as apresentações dos dois personagens.

As exhibições dos bumbás, que este ano serão realizadas nos dias 24 a 26 de junho, são os momentos culminantes da competição, posto que há julgamento da performance de cada agremiação e, ao final, é definido o vencedor.

O encerramento do Festival dá-se num processo de “involução”, com as seguintes etapas: a festa de comemoração do vencedor do Festival, a participação dos bois na festa de Nossa Senhora do Carmo – padroeira de Parintins- e as cerimônias que marcam a saída do boi do cotidiano da cidade.

Durante a Festa dos Bumbás, há duas modalidades de confronto entre os bois: a disputa e a competição. A disputa é exercitada em diversos momentos e situações: disputa-se a hegemonia de espaços territoriais e o predomínio dos símbolos na visualidade da cidade, a amplitude das torcidas locais e a simpatia dos visitantes. A competição - para a qual se faz todo o investimento de tempo, de recursos financeiros, de trabalho, de divulgação e de envolvimento da população - dá-se pelo confronto realizado no contexto do Festival, sob a mediação do regulamento e de um corpo de jurados. Enquanto o resultado de uma dada situação de disputa confere prestígio, municiando uma agremiação para se exaltar diante da outra, o resultado da competição implica em título e troféu, sendo atualizado a cada edição do evento.

---

<sup>57</sup> VALENTIN, Andréas; CUNHA, Paulo J. Op. Cit., p. 145.



Nos três dias em que os bumbás fazem suas exhibições, eles estão sob os holofotes da mídia, de organizações e de uma platéia externa. Nesses dias Parintins torna-se palco do público de fora – seja por causa dos turistas que vão assistir ao espetáculo ou pela cobertura feita pela imprensa do país e do exterior. Este fato é importante porque tem influenciado no crescente investimento financeiro para a organização do festival e para a produção artística dos bumbás, bem como na qualidade do que se exhibe. O espetáculo é, de fato, grandioso, constituído por enormes alegorias, luxuosas fantasias e efeitos de luz e de som cada vez mais sofisticados. Não é à toa que os bois já estão contratando empresas de engenharia para a montagem do aparato de efeitos de luz nas apresentações. A magnitude do espetáculo, aliado ao lugar onde se realiza, são elementos relevantes nas manifestações de estranheza e espanto presentes em avaliações de parte da mídia sobre Parintins. O visitante chega a estranhar o fato de ser possível a realização de evento de tamanha magnitude em plena floresta amazônica.<sup>58</sup>

A disputa e competição existem exclusivamente em nível local. Para o turista, o interesse está, sobretudo, no espetáculo e no que este representa como novidade, no qual são exibidos fenômenos e objetos culturais de um mundo que lhe é desconhecido. Localmente, disputa-se a vitória entre dois bois, com implicações para a vida cotidiana; para o turista, trata-se de um espetáculo grandioso e desconhecido no qual a vitória de um ou de outro não assume maior consequência.

As apresentações dos bois Caprichoso e Garantido são realizadas em um ginásio e têm início às nove horas da noite, num total de seis horas. São de duas horas e meia a três horas para cada bumbá, a depender do acerto feito a cada ano entre os bois, que é formalizado no regulamento, repetindo-se nos três dias do evento. As exhibições são avaliadas por um corpo de jurados e a apuração das notas atribuídas será feita, neste ano, no dia 27 de junho, com a imediata divulgação do resultado. Desta forma, algumas horas após o término das apresentações a população local e regional conhece o vencedor. Este realiza

---

<sup>58</sup> BRAGA, Sérgio Ivan Gil. *Os Bois-Bumbás de Parintins*. Rio de Janeiro: Funarte, 2002, pp.20 a 22.

uma comemoração especial, na qual dirige críticas, ironias e troças ao adversário, com base nas paródias de suas músicas.

No mês de junho, por influência do Festival, ocorrem vários eventos realizados pelas escolas, pelos bois, pela prefeitura e outras organizações locais. Contudo, a quadra junina tem adquirido novos contornos em Parintins, com a assimilação de artefatos e valores do espetáculo dos bumbás. A influência do boi é visível, por exemplo, na alteração dos tradicionais concursos de “miss caipira” realizados nas escolas de primeiro e segundo graus. Os concursos são hoje destinados a escolha de *cunhatãs* e *cunhãs-porangas*, numa referência a uma das personagens mais celebradas nas exibições dos bois no festival- a *Cunhã- Poranga*. Se anteriormente as pretendentes ao posto de “miss caipira” usavam um vestido colorido como fantasia, o qual remetia simbolicamente à tradição caipira do meio rural, nos atuais concursos elas utilizam um vestuário constituído por fantasias e adereços que tipificam uma personagem indígena - o cocar é o adereço que se sobressai no novo vestuário, indicando o predomínio da imagem indígena. A utilização de alegorias pelas concorrentes nesses concursos é outro referencial das apresentações dos bois.

A construção do Festival envolve as diretorias dos bois, os artistas e a população em geral. A produção artística do espetáculo é feita nos bastidores, longe dos olhos de brincantes e torcedores, mas a eficácia do festival depende, sobretudo, do envolvimento da população, tendo em vista a necessidade de se criar o “clima da festa”. Este constitui-se de eventos realizados pelos bois, fofocas, conflitos e outras situações que marcam o período de preparação.

Todos os anos os bois produzem um disco novo, com as músicas que farão parte de suas apresentações, e na capa divulgam a frase escolhida como tema geral da festa.

Os componentes das diretorias de arte afirmam que a frase impressa na capa do disco não corresponde aos temas apresentados nas três noites do festival. Segundo eles, o *slogan* é utilizado como “frase de efeito” para divulgar o disco e a agremiação na fase

preparatória. Como existe uma lógica de segredo sobre o que cada um está elaborando, o *slogan* também é utilizado para ludibriar o adversário.

A produção artística de cada bumbá é guardada a sete chaves. Por isso, a partir do momento que se inicia a elaboração do material a ser apresentado no Festival, o acesso aos locais de trabalho dos artistas é de controle absoluto. O rigor na entrada de pessoas é tamanho que esses locais são completamente fechados e guardados por seguranças e vigilantes. Aos artistas e demais trabalhadores, que têm contato com o material produzido, recaem desconfianças sobre a possibilidade de revelarem ao adversário as novidades e o esquema das apresentações. Por isso, eles também são vigiados. Os artistas não podem ter contato com pessoas do boi adversário e quando o fazem, o fato imediatamente chega ao conhecimento da diretoria.

O período de preparação dos bois é marcado por eventos específicos, tais como: a festa de lançamento do disco de cada um, a contratação dos artistas que trabalham na produção artística, os bailes que marcam o início dos ensaios, a fase de ensaios com as torcidas e os treinamentos dos personagens, o último ensaio e as festas para a recepção dos visitantes. Todos esses eventos são realizados pelos bumbás, com diferença em algumas datas. Ao mesmo tempo em que se cumprem determinadas tarefas, marca-se o compasso dos eventos ligados ao Festival. Isto porque a preparação do Festival é concretizada numa seqüência ordenada do tempo.

Pode-se dizer que a cada ano aumenta o volume de recursos financeiros para a realização dos espetáculos. Além dos gastos com a produção artística e a divulgação do evento, investe-se na infra-estrutura do bumbódromo – pintura, parte elétrica, som, etc- e da cidade.<sup>59</sup>

---

<sup>59</sup> BRAGA, Sérgio Ivan Gil. Op. Cit., p.p.24 a 25.

As fontes de captação dos recursos financeiros utilizados são diversas. A Coca-Cola é considerada a principal fonte de patrocínio do Festival, pelo fato de financiar os bumbás, por fazer a divulgação e pela premiação do vencedor. Na verdade, os investimentos mais importantes para a Coca-Cola têm sido a promoção que a empresa realiza junto a celebridades do país e do exterior. Pessoas famosas e de prestígio são convidadas para assistir o espetáculo em Parintins. Em contrapartida, a empresa detém o direito da venda de refrigerantes nos eventos realizados pelos bois.

Outros recursos investidos são oriundos do Governo Federal, do Governo do Amazonas, da empresa telefônica TELEMAR, de contratos com a empresa de cerveja Kaiser, com uma emissora de televisão do estado para a transmissão do Festival, Grupo Simões, Correios, Petrobrás, Bradesco. Além disso, os bois realizam promoções para arrecadar recursos, principalmente na cidade de Manaus, onde o Garantido possui o “Curral do Boi” e o Caprichoso o “Bar do Boi”. As promoções são realizadas pelas associações que os dois mantêm naquela capital - O Movimento Marujada, pelo boi azul, e o Movimento Amigos do Garantido, pelo boi vermelho. Em Parintins são realizadas algumas festas como parte da preparação para o Festival, as quais proporcionam um certo lucro.<sup>60</sup>

Deve-se acrescentar, nesse conjunto de fontes de captação de recursos, o CD que cada bumbá coloca no mercado com as músicas que serão utilizadas nas apresentações. Em geral são vendidas cerca de 60 mil cópias de discos, que rendem um percentual das vendas às duas associações.

### **3.4.1. As regras**

Como resultado da competição no Festival, define-se um campeão e um vice-campeão, embora este último título seja refutado. O julgamento é mediado por regras que são definidas em um regulamento e sua aplicação cabe a um corpo de jurados selecionado a cada ano.

---

<sup>60</sup> <http://www.jurupari.com.br>> Acesso dia 20 de abril de 2005.

Os elementos principais do regulamento são os seguintes: cada bumbá tem duas horas e meia a três horas para se apresentar; a ordem de apresentação é definida através de sorteio para cada dia; a pontuação atribuída a cada quesito varia entre 7 a 10 pontos; os jurados são selecionados em instituições culturais de estados externos à região Norte; durante as apresentações na arena os bumbás não podem fazer saudações a autoridades e insinuações político-partidárias; enquanto um boi estiver se apresentando é vetada qualquer forma de manifestação da torcida adversária, sob pena de perder os pontos relativos ao quesito torcida organizada.

A utilização das cores também é um tema importante no regulamento. O regulamento determina que as cores azul (que identifica o Caprichoso) e vermelha (que identifica o Garantido) devem ser usadas de acordo com a prescrição dessas identidades. As regras são tão minuciosas que, por exemplo, como a cor preta está relacionada ao tecido que cobre o Boi Caprichoso, definiu-se que os jurados devem usar apenas caneta verde para se manterem isentos das cores dos bumbás.<sup>61</sup>

### **3.4.2. Quesitos de apresentação**

Em suas exibições os bois apresentam cenas conjugando músicas, alegorias, personagens, dramatizações, coreografias e jogos de luzes. São ao todo seis apresentações em que se narram e encenam lendas, histórias, mitos, episódios históricos, costumes e acontecimentos inspirados na natureza amazônica, no índio e no caboclo. As exibições seguem um roteiro temático que prescreve as ações cênicas.

O regulamento define o conteúdo de apresentação dos bois em 22 quesitos, os quais podem ser distinguidos em quesitos individuais e coletivos. Nos quesitos

---

<sup>61</sup> VALENTIN, Andréas e CUNHA, Paulo J. *Caprichoso: a terra é azul*. Rio de Janeiro: Ponto de Vista Comunicação, 1999. pp. 145.

individuais são avaliados personagens ou itens. Já os quesitos coletivos são aqueles em que os bois apresentam um grupo de brincantes e são avaliados pelo conjunto de apresentação.<sup>62</sup>

### 3.4.3. Quesitos individuais

- Apresentador: é o “mestre de cerimônia” no espetáculo, responsável pela apresentação de todos os quesitos do boi na arena e também pela animação da torcida.
- Levantador de Toadas: é o cantor oficial do boi-bumbá. Suas funções são gravar o disco destinado ao Festival, participar dos ensaios e eventos mais importantes e atuar com intérprete durante as apresentações.
- Boi-Bumbá: é representado pela figura do boi, o personagem principal de cada bumba. Seu bailado é realizado por um indivíduo que se coloca embaixo da armação, intitulado “tripa”.
- Amo do Boi: personagem originário do auto do boi e que representa o feitor da fazenda. No Festival o amo “tira” os versos dirigidos aos personagens mais importantes.
- Porta-Estandarte: personagem feminina que se apresenta conduzindo o estandarte do boi. Sua fantasia inspirada em vestimentas que tipificam um vestuário considerado “indígena”.
- Sinhazinha da Fazenda: personagem originária do auto do boi. Representa a filha do dono da fazenda. No festival ela se apresenta com um vestido longo e uma sombrinha na mão, denotando tratar-se de uma personagem de tradição portuguesa. Como parte de sua exibição na arena ela realiza a cena de dar o sal ao boi.
- Rainha do Folclore: esta personagem aparece toda vez que o boi encena o quesito lenda amazônica. Por isso, ela é concebida como a personagem que representa os valores tradicionais da cultura regional, isto é, o folclore. Sua fantasia caracteriza uma vestimenta “indígena”.

---

<sup>62</sup> BRAGA, Sérgio Ivan Gil. *Os Bois-Bumbás de Parintins*. Rio de Janeiro: Funarte, 2002, p. 33.

- Cunhã-Poranga: esta personagem tornou-se a mais importante nos últimos anos, dentre todas que se apresentam no Festival. O papel da personagem no espetáculo é representar a beleza feminina do boi-bumbá, manifestada no ideal da indianidade. Seu bailado é sempre realçado durante as apresentações e a fantasia caracteriza um vestuário “indígena”, mais destacada do que as demais personagens femininas.
- Pajé: representa a figura do xamã das sociedades indígenas. Tem sido um dos principais personagens do espetáculo, pois seu papel está ligado à encenação do quesito considerado mais importante da apresentação, denominado “ritual”. Ele desempenha o papel de um “curandeiro” ou “líder espiritual”. O bailado e a fantasia executados pelo personagem em cena são concebidos como característicos do xamã indígena.
- Toada: este quesito se refere à letra, música e a interpretação do levantador de toadas. Cada boi apresenta uma música por dia como concorrente nesse quesito.<sup>63</sup>

#### 3.4.4. Quesitos coletivos

- Batucada ou Marujada: é o conjunto de ritmistas dos bois. No Garantido esse quesito é denominado de “Batucada” e no Caprichoso “Marujada de Guerra”. Cada conjunto é constituído por aproximadamente 450 a 600 componentes e os instrumentos de percussão principais são: surdo, caixinha, repinique, xeque-xeque e palminha (dois pedaços de madeiras fixados nas mãos).
- “Tribos indígenas” Masculinas: cada “tribo” é constituída por 30 a 50 brincantes vestidos com fantasias que tipificam um grupo indígena. As fantasias são concebidas a partir de um processo de identificação dos vestuários cerimoniais de determinados grupos indígenas.

---

<sup>63</sup> BRAGA, Sérgio Ivan Gil. *Os Bois-Bumbás de Parintins*. Rio de Janeiro: Funarte, 2002, p.p.35 a 39

- “Tribos indígenas” femininas: tais quais as “tribos masculinas”, são brincantes interpretando grupos indígenas. O destaque é dado às fantasias estilizando determinadas etnias do país.
- Figura típica regional: nesse quesito apresentam-se personagens em que os bois tipificam o índio e o caboclo. A encenação procura configurar essas categorias relacionando-as ao contexto amazônico e a determinadas atividades, tais como: pesca, caça, agricultura, entre outras.
- Vaqueirada: é um quesito da tradição do auto do boi no qual são apresentados pequenos cavalos feitos de tala e pano conduzindo uma lança com o símbolo do boi. São ao todo 40 “vaqueiros” que se apresentam bailando em círculo na arena.
- “Tuxaua” Originalidade: a fantasia dos “tuxauas” é uma armação denominada “capacete”. A fantasia do “tuxaua” originalidade é feita com o aproveitamento de objetos regionais. Nela são abordados temáticas e personagens que sugerem imagens de um certo regionalismo amazônico. Assim, são exibidos “tuxauas” com fantasias que simbolizam casas, malocas, igrejas e outros. São permitidos 15 “tuxauas” de cada modalidade por exibição.
- “Tuxaua” Luxo: essa categoria é produzida com material que denota brilho, visando sugerir a luxuosidade da fantasia. Também são feitas explorando-se temáticas, artefatos e, principalmente, nomes de “líderes indígenas”.
- Lenda Amazônica: é um quesito temático no qual são narradas histórias que tratam de mitos indígenas ou episódios contextualizados na Amazônia. As lendas são encenadas através de alegorias, com a qual se formam cenários de paisagens e fenômenos culturais regionais.
- “Ritual”: é o momento mais importante da apresentação do boi-bumbá no Festival; a apoteose do espetáculo. Trata-se de um quesito em que os bois abordam fenômenos qualificados como sendo de religiosidade indígena. Sua encenação é feita por meio de grandes alegorias montadas na arena, as quais formam os cenários para as ações cênicas (em geral um cenário ocupa toda a



arena do ginásio). O quesito tem como ponto central uma ação, desenvolvida sob o comando do Pajé, através da qual uma determinada “comunidade” (os coadjuvantes “indígenas”) é beneficiária do seu trabalho “espiritual”.

- Galera: neste quesito os jurados avaliam a participação das torcidas organizadas durante as apresentações dos bumbás. O papel das torcidas é fazer coreografias ensaiadas e cantar as toadas.
- Alegorias: são peças artísticas utilizadas na apresentação dos quesitos individuais e coletivos. As alegorias simbolizam animais, objetos e aspectos ambientais, utilizadas individualmente (as alegorias de animais, por exemplo) ou na formação de cenários para as ações cênicas.
- Coreografia e Organização: neste quesito são avaliados aspectos de conjunto da organização e apresentação dos bois no decorrer de suas exposições. São relevantes fatores como tempo de apresentação, conjunto de fantasias, coreografias, quantidade de pessoas nos itens coletivos e a participação dos personagens “Pai Francisco” e “Mãe Catirina”. Ambos são originários do auto do boi e representam a tradição da “brincadeira” do boi-bumbá no Festival.<sup>64</sup>

Os 22 quesitos são divididos em três grupos para atribuição de notas e cada grupo é avaliado por dois jurados. Assim, dois jurados avaliam os quesitos apresentador, marujada/batucada, Sinhazinha da Fazenda, Pajé, “tribos indígenas” masculinas, “tuxaua” originalidade e alegoria; outros dois julgam os quesitos levantador de toadas, Rainha do Folclore, Cunhã-Poranga, toada, “tuxaua” luxo, figura típica regional, lenda amazônica e galera; a terceira dupla de jurados atribui notas aos quesitos “ritual”, Porta-Estandarte, amo do boi, boi-bumbá, “tribos indígenas” femininas, vaqueirada, coreografia e organização.

Na apuração são contabilizadas as notas de três jurados em cada dia de apresentação. A escolha dos envelopes com as notas válidas se dá por sorteio e os

---

<sup>64</sup> BRAGA, Sérgio Ivan Gil. *Os Bois-Bumbás de Parintins*. Rio de Janeiro: Funarte, 2002, p.p.40 a 45.

envelopes dos demais jurados são descartados. Ao final, são nove envelopes validados e nove descartados.<sup>65</sup>

### **3.4.5. Os jurados**

A Comissão julgadora que avalia o desempenho dos bois é composta por nove jurados, um presidente – que tem a responsabilidade de fazer cumprir o regulamento – e um representante de cada bumbá, escolhidos pelos presidentes dos bois, que têm por atribuição ficar hospedado no mesmo local dos jurados, acompanhando os mesmos desde a chegada até o retorno. Os jurados, a partir deste ano, serão escolhidos por empresa vencedora de licitação, que deverá ter o seguinte perfil: no mínimo cinco anos de comprovada atuação em Auditoria de Processos e Eventos e apresentar corpo técnico especializado.<sup>66</sup> Para a escolha dos jurados devem ser observadas as seguintes normas:

- É vetada a participação de pessoas dos estados da região Norte.
- São selecionados jurados de dois estados diferentes da federação, sendo escolhidos três nomes de cada. No ano seguinte, escolhem-se pessoas de outros estados, de modo que há uma rotatividade em termos dos locais de origem dos julgadores.
- A definição dos nomes dos jurados é feita com base no currículo, selecionando profissionais das atividades de arte e cultura.<sup>67</sup>

### **3.4.6. Bumbódromo**

Até o ano de 1987, as apresentações dos bois foram realizadas em cima de um tablado de madeira, em lugares improvisados. O crescente interesse da população local e das cidades próximas pela festa trouxe a necessidade de se ter um espaço adequado para a

---

<sup>65</sup> Idem, p. 46.

<sup>66</sup> Na impossibilidade de contratação de uma empresa, o Regulamento prevê a indicação de membros do Ministério Público Federal ou Ministério Público Estadual.

<sup>67</sup> <http://www.parintins.com>> Acesso dia 22 de abril de 2005.

realização do festival. O governo do Amazonas, então, construiu um ginásio para as apresentações dos bois, como parte de sua política para alavancar o turismo do estado.

No ano seguinte (1988), foi inaugurado um ginásio destinado ao espetáculo, denominado oficialmente “Centro Cultural e Desportivo Amazonino Mendes”. Com a denominação do ginásio o governador se auto-homenageou, entretanto a população local definiu um outro termo para identificar o palco do festival: *bumbódromo*. O vocábulo é uma referência à passarela das escolas de samba do carnaval carioca - o sambódromo.

A arquitetura do Bumbódromo é circular e a cabine de honra, vista do alto, tem o formato da cabeça de um boi. As acomodações do ginásio foram projetadas para trinta e cinco mil pessoas, porém, com a construção de mais lugares nas arquibancadas e dos camarotes, a lotação atual é de aproximadamente quarenta mil pessoas. A parte interna está construída ao centro de uma arena, onde os bois fazem as apresentações, e na lateral situam-se os lugares destinados à platéia: uma tribuna de honra para convidados e jornalistas, duas arquibancadas gerais para as torcidas organizadas, duas arquibancadas especiais e cadeiras numeradas. Além disso, têm-se as cabines dos jurados e os camarotes.

As arquibancadas das torcidas organizadas são gratuitas, assim como a tribuna de honra e os dois camarotes centralizados acima das cabines dos jurados. Um desses camarotes é reservado aos convidados do governador e o outro é destinado às celebridades que a Coca-Cola leva para assistir o espetáculo.

Fora do período em que se realiza o festival, a arena é utilizada como quadras para práticas esportivas. Na parte externa do ginásio, existem salas onde funcionam uma escola e um posto médico. Essa estrutura permite que vários espaços do bumbódromo sejam re-utilizados durante o ano.

Os espaços destinados à platéia estão distribuídos de forma hierárquica, de acordo com os diferentes visitantes do espetáculo. Existem três lugares no bumbódromo cujo acesso é pago, mas que são diferenciados, segundo o valor estipulado.

Em um primeiro nível, têm-se os camarotes localizados acima das arquibancadas das torcidas organizadas. Esses camarotes são comercializados pelos bois e o valor dos ingressos são elevados.

O segundo nível é constituído pelas cadeiras numeradas e pelas arquibancadas dos visitantes. A posição desses lugares é privilegiada para assistir as exposições, pois situam-se acima das cabines dos jurados e todos os quesitos são apresentados para o júri.

No terceiro nível, situam-se os lugares em que o acesso é gratuito e que são diferenciados entre convidados “especiais” - as celebridades – e a população em geral. Os convidados são geralmente pessoas às quais atribuem-se algum tipo de prestígio. São políticos, empresários, artistas, jogadores e outras celebridades. Status político e financeiro e a presença na mídia são índices para valoração desses convidados.

As torcidas organizadas não pagam ingressos; em compensação precisam enfrentar dificuldades para conseguirem lugar. As filas para acesso às arquibancadas gratuitas são formadas nas primeiras horas da manhã – por volta das oito horas. Os portões são abertos às duas horas da tarde e as apresentações só começam às nove horas da noite.

A hierarquia começa pelo lugar de acesso ao ginásio: há diferentes entradas, de acordo com o lugar a que se destina o espectador, distinguindo e separando o público. Desse modo, existem entradas pelo lado do Garantido e pelo lado do Caprichoso, inclusive de acordo com o lugar visitado: têm-se acessos específicos para os convidados e demais camarotes, para as cadeiras numeradas e arquibancadas especiais e para o público geral que não paga ingresso. Isto proporciona uma separação em diversos níveis da platéia, evitando

que se encontrem nas dependências do ginásio. Centenas de seguranças fiscalizam as entradas e as escadas de acesso aos lugares pagos.<sup>68</sup>

### **3.4.7. Os personagens**

Os bois de Parintins são atualmente organizações culturais denominadas associações folclóricas (Associação Folclórica Boi-Bumbá Caprichoso e Associação Folclórica Boi-Bumbá Garantido). Ambos tornaram-se organizações no início dos anos 80, com o objetivo de facilitar o recebimento de recursos financeiros.

Os dois Bumbás estão organizados em diretorias, as quais administram todos os assuntos pertinentes àquelas entidades. As diretorias são eleitas através de chapas, com candidatos aos cargos de presidente e vice-presidente, para um mandato de dois anos. Um segundo mandato é possível através de reeleição. Os candidatos eleitos escolhem aqueles que exercerão as demais funções da diretoria.

Além dos cargos de presidente e vice-presidente, as diretorias são organizadas por funções administrativas, de comando da área artística e da organização de setores específicos.

Existem diferenças entre os bois na forma de organizar e nomear as funções. A diretoria do boi Garantido é organizada em cargos predominantemente administrativos – um modelo utilizado em associações de um modo geral. Além dos cargos de presidência, existem as diretorias (administrativa, financeira, patrimônio, jurídica, etc.), o conselho fiscal, a comissão de arte e a assessoria de imprensa.

A organização da diretoria do boi Caprichoso, de forma diferente, conjuga funções administrativas com aquelas direcionadas à organização e supervisão de atividades

---

<sup>68</sup> BRAGA, Sérgio Ivan Gil. *Os Bois Bumbás de Parintins*. Rio de Janeiro: Funarte/ Editora Universidade do Amazonas, 2002. p.p. 29 a 31.

fins. Assim, além das funções administrativas, a diretoria do boi possui cargos de supervisão para curral, marujada, galera, vaqueirada, efeitos e outros.

O Caprichoso possui ainda uma escola de arte (denominada Irmão Miguel de Pascoale) destinada a crianças e adolescentes. Nessa escola são ensaiados os mesmos ofícios utilizados na produção artística do boi para o festival. Ali os alunos aprendem desenho, pintura, escultura, dança e instrumentos utilizados na música do boi-bumbá. Os professores dos ofícios são artistas autodidatas que trabalham na associação e que, na escola, preparam uma nova geração para atuar no boi.

Os Bumbás organizam diferentes espaços para realizarem suas atividades. A parte administrativa é realizada no escritório, enquanto a produção artística é feita em locais denominados Galpão, QG (Quartel General) e Curral.

O Galpão é um depósito onde são feitas as alegorias. Trata-se de um espaço de grandes dimensões porque os módulos das alegorias chegam a medir cerca de 14 metros de altura. Além de serem confeccionadas dentro do Galpão, as alegorias são testadas e guardadas ali, até o início da competição.

No QG são produzidas as fantasias, os adereços e as decorações dos instrumentos de percussão, da vaqueirada e de outros quesitos. Ao contrário do Galpão que se constitui em um único espaço, existem vários QGs, tendo em vista a grande quantidade de fantasias e adereços. Cada um desses espaços é organizado de acordo com o tipo de material a ser produzido e as equipes de trabalho. Uma forma que as equipes criaram informalmente para se distinguir foi nominando os QGs, o que acontece a cada ano – são nomes como evolução tribal, bad boi, nominação, entre outros. Essa identificação tem sido utilizada na divulgação dos trabalhos das equipes nos programas de rádio que os bumbás realizam durante o mês de junho.<sup>69</sup>

---

<sup>69</sup> VALENTIM, Andréas; CUNHA, Paulo. *Um pessoal Garantido*. Rio de Janeiro: Zit, 1998, p. 50 a 53.

O curral é o local onde se realizam os ensaios com as torcidas, treinamentos de brincantes e shows. Até pouco tempo, o Curral era localizado em terrenos dos antigos donos dos bois, onde se realizavam as apresentações de cada um. Em junho de 1999, o governo do estado concluiu a construção dos novos currais, que são constituídos de palco, espaço para dança, camarotes e salas.

Os prédios do boi Garantido estão todos situados em uma área onde funcionava uma fábrica de juta. O lugar é isolado por uma cerca, com guarita na entrada, denominada “Cidade Garantido”. Já os espaços do boi Caprichoso estão dispersos em diferentes locais da cidade, nos limites territoriais do bumbá. A produção artística do boi azul é feita em dois Galpões próximos ao bumbódromo (um para alegoria e outro dividido em QGs para fantasias), ocupando ainda diversos depósitos no centro da cidade para a confecção de fantasias e adereços.<sup>70</sup>

#### **3.4.8. As identidades dos contrários**

Na disputa entre os bois, um situa-se como espelho do outro. Um conjunto simbólico de cores e frases expressa suas identidades. O simbolismo resultante define o jogo da rivalidade entre os bumbás, assim como o lugar de ambas no contexto da cidade e, algumas vezes, fora dela.

“Contrário” é um termo nativo. A palavra é utilizada em substituição ao nome do adversário – o seu “outro”. Assim, quando alguém com vínculos a um bumbá refere-se ao adversário, o faz com a expressão “contrário”. A palavra era utilizada no passado quando o boi de um bairro rivalizava com o de outro em confrontos normalmente marcados pela violência. Esse período foi caracterizado também pela perseguição da polícia

---

<sup>70</sup> SILVA, José Maria. *O Espetáculo do Boi-Bumbá: Folclore, Turismo e as Múltiplas Alteridades em Parintins*. Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social – Universidade de Brasília, Brasília, 2001. pp: 43 a 45.

aos bois. Assim, desde essa época, pronunciar o nome do adversário era tabu, por isso, evitado.

O Garantido firmou sua identidade utilizando como símbolos as cores vermelho e branco, e como ícone o coração. O coração é pintado de vermelho na parte da frente da cabeça do boi. O Caprichoso, por sua vez, se identifica pelas cores azul e branco, utilizando ainda a estrela como logomarca. O branco é um referencial comum aos dois, o que força a determinadas variações na manipulação das cores. Enquanto o tecido utilizado na cobertura da armação do boi Garantido é todo branco, o pano da cobertura do Caprichoso é preto. Por isso o boi Caprichoso é denominado de “touro negro” e o boi Garantido de “touro branco”. Frequentemente as pessoas se referem aos dois bois por meio das expressões “boi vermelho e branco”, para o Garantido, e “boi azul e branco” para o caprichoso. Por extensão, as torcidas são denominadas de “galera vermelha e branca” e “galera azul e branca”.

Além de utilizar os elementos simbólicos descritos acima, os bois criaram frases que também caracterizam as identidades em questão. As frases são: “Garantido, o boi do povão” e “Caprichoso, o boi de Parintins”. Além de expressar a singularidade de cada um, as frases devem ser situadas no jogo da rivalidade.

A frase utilizada pelo Garantido polemiza com o Caprichoso. A expressão é parte de um discurso manifestado por brincantes e torcedores do Garantido, segundo os quais o Caprichoso seria um “boi de Elite”. Tal elitismo estaria no envolvimento de empresários e autoridades locais na organização e no financiamento do boi azul, bem como na composição de seus torcedores. Como reforço, os adeptos do boi vermelho afirmam que os brincantes e torcedores do Garantido são oriundos dos setores mais pobres da população.

A acusação dos brincantes e torcedores do Garantido poderia fazer algum sentido no passado, mas no presente deve ser vista apenas como forma de polemizar com o rival. Atualmente, os Bumbás possuem estratégias semelhantes de arregimentação de



simpatizantes e torcedores. Ambos procuram conquistar a simpatia da população local e dos visitantes.

Por outro lado, o *slogan* do Caprichoso se pretende, em princípio, não ser causa de polêmica, mas devolve, de alguma forma, a acusação: apresenta-se como “o boi de Parintins”, não se situando em algum círculo específico da população, seja de classes ou outro; é o boi da população em sua totalidade.

Uma outra acusação, que também tenta marcar as identidades, tem sido externada nos anos recentes, com base na divisão entre tradição e modernidade. Os brincantes e torcedores do boi Garantido afirmam que o bumbá se define como um “boi folclórico”. Ao mesmo tempo, acusam o Caprichoso de fazer muitas mudanças e que suas apresentações são semelhantes ao carnaval.

Na verdade, ambos passaram por processos de modernização, com a introdução de produtos importados, de técnicas e valores modernos de elaboração artística. Isto sem falar que a idéia de introduzir alegorias na festa do boi-bumbá foi inspirada nas escolas de samba do Rio de Janeiro. Os desfiles das escolas de samba são uma espécie de “obra aberta”, onde é possível apresentar qualquer tema e, desta forma, não há conteúdos e representações fixas, como é a proposta do boi-bumbá. Mas o carnaval, especialmente o do Rio de Janeiro, e a festa do boi-bumbá estão em constante diálogo nos últimos anos, a partir do freqüente intercâmbio de artistas. Diversos carnavalescos assistem o festival em Parintins e todos os anos artistas do boi realizam trabalhos em escolas de samba de diversos estados. Isto permite uma troca de informações, de técnicas e de valores.

O espaço territorial da cidade de Parintins é dividido simbolicamente em duas metades, de maneira que cada bumbá domina uma parte.

A catedral de Nossa Senhora do Carmo é o marco da divisão entre os territórios dos dois bumbás. Na mesma direção, situam-se o cemitério (atrás da igreja) e o bumbódromo. Do lado esquerdo da igreja – na parte alta, à oeste da cidade – situa-se o

território do boi Garantido e do lado direito da catedral – a parte baixa, no lado leste – localiza-se o território do boi Caprichoso.

A separação remonta à da “brincadeira” do passado, quando os territórios foram demarcados tendo como referência os locais de origem dos bois. Cada bumbá definiu o seu domínio, de modo que o adversário não poderia entrar, sob pena de ser considerado invasor. Os confrontos do passado se davam, muitas vezes, em razão das “invasões” do espaço do adversário. Os limites de território se impõem no período do festival, principalmente no dia em que se divulga o resultado da competição, pois os simpatizantes do vencedor vão para as ruas para comemorar e provocar os torcedores do boi adversário. Por isso, o policiamento próximo à igreja é reforçado nesse dia, para evitar brigas.

As cores são os meios principais de expressão simbólica na delimitação dos territórios, de maneira que a cor prevalecente em uma área é a do bumbá que reivindica o seu domínio. E isso tem sido cada vez mais alvo de vigilância dos bumbás. A empresa telefônica TELEMAR instalou novos telefones públicos na cidade (“orelhões”), todos com as cores azul e branco – que são as cores utilizadas pela empresa em sua identificação. A diretoria do boi Garantido enviou correspondência à empresa questionando a instalação dos telefones com aquelas cores em seu território. Os telefones na área da “Cidade Garantido” foram substituídos por aparelhos vermelhos, e os demais em seu território foram pichados. As áreas públicas intermediárias, consideradas neutras, são pintadas com as cores dos dois bois, acrescentando-se ainda o verde e o amarelo como referência às cores nacionais. Por outro lado, na “Cidade Caprichoso” a Coca-Cola trocou o vermelho de suas logomarcas pelo azul ou pelo preto – fato inédito no mundo - para não desagradar os torcedores do Caprichoso.

A delimitação da linha divisória entre os dois lados tem consequências também na organização da platéia nos dias do festival. Na área interna do bumbódromo, o espectador é obrigado a definir preferência por um ou outro bumbá, ainda que não pretenda fazê-lo. Ao adquirir um ingresso ele tem de fazer uma opção prévia, pois os bilhetes são

vendidos pelos próprios bumbás. Os únicos lugares neutros no ginásio são as cabines dos jurados.<sup>71</sup>

### 3.4.9. Os espectadores

A platéia do festival é composta por um público heterogêneo: são moradores de Parintins e os visitantes que vão à cidade para o evento. Uma parte considerável desse público – a população local e os visitantes da região, especialmente os que moram em Manaus – participa das torcidas organizadas. O visitante de outros lugares é envolvido no clima da festa, ainda que não deseje definir sua opção por um dos dois bois. A organização das arquibancadas forja uma opção provisória. Todavia, quando o festival termina, os turistas viajam de volta e, na maioria das vezes, não sabem qual bumbá venceu a competição. O interesse na manifestação de torcida e na competição é um fenômeno predominantemente local e regional. Ao turista, a opção pode ser dispensada, já que o interesse pelo espetáculo supera a disputa local.

Nas apresentações dos bois, a platéia é integrada no espetáculo já que o quesito “galera” define a participação da torcida. Portanto, não há relação distanciada entre palco e platéia, visto que os espectadores recebem atribuições a serem desenvolvidas, como participar na exibição do boi com os adereços que recebe na entrada.

O regulamento prescreve também que uma torcida só pode se manifestar quando o bumbá a que está ligada estiver se apresentando; do contrário deve-se manter em silêncio, apenas observando. Manifestar-se no momento em que o boi “contrário” estiver na arena significa perder pontos.

---

<sup>71</sup> SILVA, José Maria. *O Espetáculo do Boi-Bumbá: Folclore, Turismo e as Múltiplas Alteridades em Parintins*. Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social – Universidade de Brasília, Brasília, 2001. p.p. 45 a 51.

As torcidas são, portanto, elementos de destaque na festa dos bois-bumbás, pois tanto reforçam as rivalidades entre os dois bumbás quanto contribuem para uma comunhão festiva.<sup>72</sup>

#### **3.4.10. As torcidas organizadas**

Atualmente, os bois possuem torcidas organizadas em Parintins e em Manaus, sendo que o boi Garantido possui uma torcida organizada na cidade de Santarém (no estado do Pará) denominada “Amigos do Garantido”. Em Parintins, a torcida do boi Caprichoso denomina-se “Força Azul e Branca”( FAB) e na cidade de Manaus intitula-se “Movimento Marujada”. A torcida do Garantido em Parintins é denominada “Comando Vermelho e Branco” e, na capital amazonense, é representada pelo “Movimento Amigos do Garantido” e “Comitativas das Aranhas”.

No bumbódromo as diferentes torcidas de um bumbá atuam de maneira integrada, seguindo uma única orientação durante as apresentações, e obedecem ao comando do apresentador e do coordenador de torcida. Elas são denominadas pelo termo genérico “galera”.<sup>73</sup>

#### **3.4.11. Formas de torcer**

As torcidas expressam sua paixão por cada um dos bumbás. Mas a sociedade local reconhece a figura do torcedor “fanático”. Trata-se de um torcedor destacado pelas suas manifestações pelo boi de sua preferência. O “fanático”, para os parintinenses, é o torcedor que faz muito mais do que vestir a camisa do boi e se manifestar nas arquibancadas.

---

<sup>72</sup> SILVA, José Maria. Op. Cit., p.p. 52 a 53.

<sup>73</sup> VALENTIN, Andréas; CUNHA, Paulo J. *Caprichoso: a terra é azul*. Rio de Janeiro: Ponto de Vista Comunicação, 1999. p.p. 232 a 233.

Quando falam do “fanático”, os moradores citam exemplos de pessoas e suas atitudes, destacando proezas que ultrapassam um comportamento “normal” de um torcedor. Os exemplos mais citados são de torcedores conhecidos na cidade que utilizam a cor dominante do boi em todas as situações do cotidiano. Uma dessas pessoas, considerada “fanática” é a mãe do ex-apresentador do boi Garantido (Paulo Faria). Ela se destaca na cidade por usar a cor vermelha em todas as partes de sua residência – paredes, muros, objetos de uso, vestuário, a piscina, etc. A própria casa tornou-se objeto de atração e curiosidade para os visitantes. No muro lê-se a frase: “Garantido, a oitava maravilha do mundo”.<sup>74</sup>

---

<sup>74</sup> BRAGA, Sérgio Ivan Gil. *Os Bois Bumbás de Parintins*. Rio de Janeiro: Funarte/ Editora Universidade do Amazonas, 2002. p. 60.

## **CAPÍTULO 4**

### **O FESTIVAL DE PARINTINS COMO FATOR DE INCREMENTO DO TURISMO LOCAL**

#### **4.1. Deficiências da infra-estrutura da cidade.**

O sucesso da atividade turística está diretamente relacionado ao envolvimento da comunidade local, pois a percepção do turista em relação ao município é geral, desde a limpeza das ruas até a hospitalidade da comunidade. Normalmente, quando os turistas chegam à cidade, costumam perguntar para os moradores locais sobre os lugares de lazer e entretenimento, melhores restaurantes e hotéis, etc. E, em função disso, se a população local estiver consciente e preparada para receber os visitantes, haverá uma significativa contribuição para melhoria da estada do turista na localidade.<sup>75</sup>

Os serviços prestados pela infra-estrutura são essenciais para a qualidade de vida da população e também beneficiam os turistas e empreendimentos turísticos, razão pela qual são de suma importância para o Turismo.<sup>76</sup>

Embora uma ótima e bem mantida infra-estrutura não garanta o crescimento de uma localidade, a falta dela é uma deficiência grave. Para manter a qualidade de vida (exigência principal do turismo atual) e patrocinar a produtividade econômica, o local precisa que sua infra-estrutura seja desenvolvida e mantida. Turismo é um negócio como outro qualquer. Não adianta ter belezas naturais e achar que só isso é suficiente. Investir em infra-estrutura é uma prioridade básica no planejamento turístico. A estratégia é a localidade oferecer um bom padrão de serviços, tais como: saneamento, hospedagem, energia elétrica, limpeza pública, entre outros, para que seja possível atrair e manter turistas na localidade.<sup>77</sup>

---

<sup>75</sup> MOLETTA, Vânia Beatriz Florentino. *Turismo de Entretenimento e Lazer*. Porto Alegre: SEBRAE, 2003, p. 30.

<sup>76</sup> Idem, p. 32.

<sup>77</sup> TRIGUEIRO, Carlos Meira. *Marketing & Turismo: como planejar e administrar o marketing turístico para uma localidade*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999, p. 19.

A cidade de Parintins não tem infra-estrutura adequada, fato que se agrava em decorrência da demanda turística no período do Festival. É comum ocorrerem “quedas” de energia e, durante o período do Festival, chega a ocorrer falta de água, sendo de ressaltar, ainda, que apenas nos bairros mais nobre as casas possuem fornecimento de água tratada.

Os bares e restaurantes não seguem padrões fixos de higiene e limpeza, há filas devido ao grande fluxo de turistas durante o Festival e os funcionários, em regra, não são capacitados.

Outra grave deficiência é a escassa oferta de hospedagem. Por conta disso, muitos turistas pernoitam em redes nos barcos ancorados à margem do rio Amazonas. O governo do estado financiou a construção de 87 “pousadas” nos fundos dos terrenos das casas de algumas famílias, compostas por dois quartos cada, mas, a maior parte dos turistas se acomoda nas casas dos moradores que, aproveitando-se do fato de não haver acomodações suficientes para os turistas, alugam quartos de suas casas.

A cidade tem 12 hotéis e 26 pousadas – que, em regra, não qualificam profissionalmente seus funcionários para o Turismo-, número insuficiente para os cerca de 60 mil turistas que são esperados para o Festival neste ano<sup>78</sup>. Apenas 5 hotéis oferecem acomodações razoáveis para turistas com maior nível de exigência, e algum tipo de treinamento aos seus funcionários, ministrado por profissionais do Turismo, para o seu quadro de pessoal, são eles: Palace, Avenida, Samaúma, Torres de Melo e Amazon River Hotel, o de mais alto padrão da cidade.

A sinalização de trânsito e dos pontos turísticos é deficiente. Há apenas um balcão de informações turísticas, mantido pelo Serviço de Atendimento ao Turista (SAT) - Órgão vinculado à Secretaria Municipal de Cultura e Turismo (SECTUR) - para orientação

---

<sup>78</sup> <<http://www.amazonastur.am.gov.br>> Acesso dia 19 de maio de 2005.

dos turistas sobre hospedagem, companhias aéreas, agências de viagem, dentre outros serviços.

Na Ilha Tupinambarana há dois hospitais e quatro centros de saúde<sup>79</sup> - todos públicos - que, todavia, não estão devidamente equipados e não comportam a demanda ocasionada pelo Festival.

As ruas dispõem de iluminação pública, asfaltamento, calçamento e, para o período do Festival, são contratados, em reforço, pela prefeitura, mais garis (“varredores de rua”) que mantêm as ruas em condições satisfatórias de limpeza tal qual no restante do ano, mas poucas residências contam com sistema de esgoto. Muitos moradores, por falta de orientação, despejam lixo no rio Amazonas.

O Porto de Parintins não tem estrutura adequada para a atracação de embarcações de grande porte, como navios transatlânticos, e opera em situação precária, acima de sua capacidade operacional, quadro que se agrava no período da Festa.

Só se chega a Parintins por meio de transporte fluvial ou aéreo, pois Parintins não tem ligação terrestre com outra cidade. A Ilha conta com serviço de táxi, moto-táxi, bicicletas adaptadas para o transporte de passageiros e alguns microônibus são levados de balsa para Parintins na época do Festival. No entanto, embora a Ilha de Parintins não tenha grandes dimensões, necessita de eficiente rede de transporte municipal.

O aeroporto, a exceção do período do Festival, não utiliza toda sua capacidade operacional, não dispõe de equipamentos modernos que possibilitem conforto adequado aos passageiros e não possui estrutura voltada ao atendimento ao turista. Durante o período da Festa, os preços das passagens têm significativa elevação – chegando a triplicar-, em que pese haver grande oferta de vôos para Parintins e a empresa Rico Linhas Aéreas oferecer Boeing partindo de Manaus.

---

<sup>79</sup> <<http://www.saude.am.gov.br>> Acesso: dia 16 de maio de 2005.



O Bumbódromo, cuja capacidade é para 40 mil pessoas, não acomoda todos que desejam assistir as apresentações dos bumbás. Por conta disso, são instalados telões pela cidade para os que não conseguem adquirir ingresso.

#### **4.2. Projetos públicos existentes para melhoria da infra-estrutura de Parintins.**

Há projetos dos governos municipal, estadual e federal - alguns com obras em andamento - para a melhoria da infra-estrutura de Parintins. Os de relevância são:

- **Novo porto** - um novo porto está em construção em Parintins, com verbas do Governo Federal e apoio logístico do Exército, no mesmo local do atual. Com capacidade operacional superior à do atual, e píer de 300 metros de comprimento por 20 metros de largura, composto por uma estação hidroviária, seguindo os moldes do porto de Manaus, praça de alimentação, lojas de conveniência, salas para a Receita Federal, Polícias Civil, Militar e Federal e demais órgãos ligados ao serviço de navegação. O novo porto, que deverá ficar pronto no segundo semestre deste ano, ao contrário do atual – que funciona precariamente -, terá, inclusive, estrutura adequada para a atracação de navios transatlânticos. Dessa forma, tendo em vista que o transporte fluvial é o meio mais utilizado para se chegar a Parintins, haverá ganhos para o turismo.<sup>80</sup>
- **Sinalização de trânsito** - O Departamento de Trânsito do Estado do Amazonas (DETRAN-AM), enviou à Parintins, no dia 12 de maio deste ano, duas engenheiras para fazer levantamentos objetivando a melhoria da sinalização de trânsito, já visando o grande fluxo de pessoas e veículos que a cidade recebe no período do festival folclórico. Nesse trabalho, todos os pontos críticos da cidade foram visitados pelas profissionais, que elaborarão

---

<sup>80</sup> JORNAL DA ILHA, Parintins, 05 de maio de 2005, caderno Cidade, p. 07.

projeto para colocação de placas sinalizadoras de trânsito e instalação de novos semáforos.<sup>81</sup>

- **Assistência médica durante o Festival** – neste ano, a Secretaria de Saúde do Amazonas, com investimento total de quatrocentos mil reais, e contando com a parceria da Secretaria de Saúde de Parintins, montará duas unidades de saúde que funcionarão durante 24 horas nos dias do Festival. Haverá três ambulâncias para remoção de pacientes entre as unidades de saúde do município. Uma das ambulâncias terá UTI para remoção de doentes e acidentados em estado grave. No aeroporto de Parintins, também estará funcionando Posto de Atendimento Médico, com ambulância e equipes compostas por médico, enfermeiro e auxiliar de enfermagem. A cidade contará também com equipes preparadas para atendimento especializado nas áreas de cirurgia geral, ortopedia, anestesia, clínica pediátrica, cardiologia, neurologia, oftalmologia, traumatologia e odontologia. Para a remoção de pacientes graves para Manaus, terá serviço de transporte aéreo com UTI e acompanhamento médico. Durante o dia, as remoções serão feitas por helicóptero, à noite por avião (UTI no Ar). Além disso, há projeto do Governo Estadual para aquisição de novos equipamentos para os dois hospitais da cidade.<sup>82</sup>
- **Aumento da oferta de energia elétrica para Parintins** - O Governo Federal tem projeto para, até o final de 2006, aumentar em 300 megawatts a oferta de energia para o Estado do Amazonas e concluir a primeira etapa da implantação da linha de transmissão da hidrelétrica de Tucuruí (Pará), no baixo Amazonas, beneficiando dentre outros municípios, Parintins.<sup>83</sup>

---

<sup>81</sup> <<http://www.detran.am.gov.br>> Acesso: dia 28 de abril de 2005

<sup>82</sup> <<http://www.saude.am.gov.br>> Acesso: dia 16 de maio de 2005.

<sup>83</sup> <<http://www.portalamazonia.globo.com>> Acesso: dia 05 de março de 2005.

- **Programa Cama e café da manhã** - Em parceria entre a prefeitura e a Amazonastur, estão sendo feitas, desde 2004, a classificação de cinco hotéis e das 87 pousadas - de 2 quartos, localizadas nos fundos dos terrenos dos moradores -, oficinas de planejamento estão sendo realizadas e os proprietários estão aprendendo como gerenciar os pequenos negócios no período do festival.<sup>84</sup>
- **Ampliação do Bumbódromo** - O Deputado estadual Sinésio Campos, apresentou, em 2004, na Assembleia Legislativa do Estado do Amazonas, projeto que prevê a alteração da estrutura do Bumbódromo, que passará a comportar 60 mil pessoas e terá um centro cultural, com biblioteca, galeria de arte, auditório para cinema e teatro, salas de música e dança, espaço para venda de artesanato e *souvenirs* e para refeição, onde deverá ser prestigiada a culinária local.<sup>85</sup>
- **Aumento da capacidade de fornecimento de água** - O Serviço Autônomo de Água e Esgoto de Parintins (SAAE) está reforçando a sua capacidade de fornecimento para a festa deste ano, de modo que o bombeamento de água para os reservatórios passe a funcionar em tempo integral, a partir do dia 20 de junho. Tudo está sendo providenciado para garantir o suprimento de água potável. O SAAE registra o consumo médio diário, pela população, de 86 mil metros cúbicos de água. No período do festival, o consumo dobra.<sup>86</sup>

---

<sup>84</sup> JORNAL DA ILHA, Parintins, 20 de abril de 2005, caderno Cidade, p. 05.

<sup>85</sup> <<http://www.aleam.gov.br>> Acesso: dia 19 de maio de 2005.

<sup>86</sup> JORNAL DA ILHA, Parintins, 06 de janeiro de 2005, caderno Cidade, p. 10.

### **4.3. Sugestões para a melhoria no atendimento ao turista e qualidade de vida da população de Parintins.**

Saneamento básico é o conjunto e controle dos fatores do meio físico, que podem ser prejudiciais ao bem-estar das pessoas. As atividades do saneamento básico correspondem a coleta e o transporte de lixo; controle da poluição das águas e do ar; rede de esgoto, abastecimento de água e limpeza pública.<sup>87</sup>

A falta de saneamento básico contribui para o surgimento de inúmeras doenças, além de tornar as condições de habitabilidade impraticável. Além disso, causa degradação ambiental, poluição dos cursos d'água, inundações e prejudica a imagem do local perante o turista.

Por isso, é de extrema importância a implantação ou ampliação de sistemas de coleta e tratamento de esgoto sanitários e realização de ligações domiciliares dotando as famílias de abastecimento de água tratada.

Igualmente, tendo em vista que a coleta seletiva de lixo reduz o volume de resíduos sólidos urbanos, diminuindo os custos de operação por parte da prefeitura, minimizando o impacto sobre o meio ambiente, evitando a poluição e a proliferação de ratos, baratas, moscas e a incidência de doenças, é preciso desenvolver o turismo sustentável através da coleta seletiva e reciclagem do lixo.

Para tanto é preciso a parceria de Associações de Moradores, Prefeitura, Ministério do Meio Ambiente e organizações não-governamentais, fazendo-se necessária a conscientização da população sobre a importância da coleta seletiva e da reciclagem do lixo; criação de uma OSCIP – Organização Não-Governamental de interesse público, sem

---

<sup>87</sup> MOLETTA, Vânia Beatriz Florentino. *Turismo de Entretenimento e Lazer*. Porto Alegre: SEBRAE, 2003. p. 32.

fins lucrativos, que atua suprimindo as omissões dos setores público e privado, buscando a promoção do bem-estar social – que deverá reciclar o lixo e reverter o lucro em benefício da comunidade; espalhar lixeiras seletivas em pontos estratégicos da cidade; disciplinar a coleta seletiva e evitar, com a fixação de multa pela prefeitura, que o lixo seja posto na rua antes do horário determinado pela limpeza pública.

A preservação ambiental está diretamente ligada ao desenvolvimento sustentável, sua prática traz melhoria de qualidade de vida da população, conservação do solo, da água e propicia um ambiente saudável.

Para tanto, é necessário criar normas para regularizar e fiscalizar – envolvendo a parceria do Ministério do Meio Ambiente, Prefeitura, Governo Estadual e proprietários de locais com atrativos naturais, visando a preservação do meio ambiente. Assim, é relevante que Parintins crie as seguintes normas: todos deverão cuidar da água de superfície, preservar córregos, rios e nascentes, estabelecendo multas para quem jogar lixo nesses lugares; toda construção a ser feita próxima aos atrativos naturais deverá passar por uma inspeção, visando evitar a alteração da paisagem e degradação do atrativo; e observância às normas federais de proteção ambiental existentes.

A sinalização é elemento fundamental para o atendimento ao turista, pois este precisa dela para se orientar e chegar aos pontos turísticos.

Os principais núcleos receptores do mundo convencionaram um padrão para a sinalização de atrativos turísticos, meios de hospedagem, informações turísticas, enfim, tudo o que estiver relacionado a atividade do turismo. Esse padrão deve ser utilizado por todas as localidades que desejam atrair turistas ou que já possuem um certo fluxo turístico, pois facilita o deslocamento das pessoas.<sup>88</sup>

---

<sup>88</sup> MOLETTA, Vânia Beatriz Florentino. *Turismo de Entretenimento e Lazer*. Porto Alegre: SEBRAE, 2003. p. 40.

A sinalização é feita através de placas, que devem estar localizadas ao lado da pista, na posição vertical. As placas devem estar colocadas corretamente, tanto para uma boa visualização como para o entendimento da mensagem, por isso, os sinais devem estar legíveis e claros. As placas possuem pictogramas, ou seja, símbolos, que correspondem aos atrativos que são, por exemplo, as igrejas históricas, currais, o Bumbódromo de Parintins, etc. Por isso, sua função é identificar os destinos e os atrativos, e, também, as direções e as distâncias. O município que desejar fazer do turismo uma atividade geradora de renda, beneficiando-se para tanto de seu patrimônio ambiental e cultural, deve estar atento para esse procedimento.<sup>89</sup>

Diante disso, a prefeitura deve implantar placas de sinalização em Parintins para todos os atrativos turísticos; padronizar as placas de sinalização; organizar a disposição das placas; criar material gráfico (como, por exemplo, folders e panfletos) indicando todos os atrativos turísticos em forma de mapa; iniciativas que devem ser conjugadas à sinalização urbana, cujo projeto está sendo elaborado pelo DETRAN-AM.

Os meios de hospedagem são indispensáveis para a viabilização do turismo, pois garantem a permanência dos turistas na localidade. Oferecem serviços que podem ser agrupados em hospedagem, alimentação e lazer. Em decorrência disso, é preciso que o núcleo receptor invista na infra-estrutura de hospedagem, para que preste seus serviços com qualidade absoluta, tanto na limpeza e organização dos apartamentos como em toda a estrutura das suas instalações, sem descuidar do aspecto das relações humanas, que é um fator fundamental. Um ótimo atendimento aos clientes, com agilidade nos pedidos, cordialidade, educação, amabilidade e higiene pessoal, causa uma excelente impressão ao empreendimento.<sup>90</sup>

O objetivo primordial a todos os estabelecimentos de hospedagem, independentemente de sua classificação ou tipo de propriedade, deve ser a satisfação às

---

<sup>89</sup> Idem, p. 40.

<sup>90</sup> MOLETTA, Vânia Beatriz Florentino. *Turismo de Entretenimento e Lazer*. Porto Alegre: SEBRAE, 2003, p. 34.

necessidades dos hóspedes. Os meios de hospedagem são os pilares de sustentação do turismo, geram receitas para o município e por isso devem seguir normas.<sup>91</sup>

Desse modo, é necessária a criação, pela prefeitura, de normas de regularização e fiscalização para a conservação, manutenção, arrumação e limpeza das áreas, instalações e equipamentos dos meios de hospedagem. Estes deverão ter preços fixados na recepção; disponibilizar na recepção ou nas Unidades Habitacionais, questionários de avaliação e sugestões. Os hotéis deverão ter, no mínimo, uma Unidade Habitacional para pessoas com necessidades especiais.

Por isso, é necessário certificar profissionais de turismo em Parintins; realizar cursos profissionalizantes para camareiras, garçons, recepcionistas, entre outros; capacitar pessoas da comunidade para trabalhar - inclusive com a atividade de guia turístico-, com turismo cultural, ecológico, de pesca esportiva e de eventos, bem como promover, para esses colaboradores, cursos de relações humanas. Os cursos poderiam ser feitos por meio de investimentos da prefeitura e da Empresa Estadual de Turismo (Amazonastur) em parceria com o SEBRAE, SENAC e Associação Comercial de Parintins.

A culinária das localidades é um fator bastante considerável no turismo de entretenimento e lazer, pois faz parte da cultura local, funcionando, muitas vezes, como atrativo adicional. Devido a esse fator, seria interessante que o município de Parintins ampliasse a oferta de restaurantes e similares e que, para esse objetivo, mantivesse contato com o Banco Nacional de desenvolvimento Econômico e Social (BNDES)<sup>92</sup> e com a Agência de Desenvolvimento da Amazônia (ADA)<sup>93</sup>, solicitando o envio de representantes

---

<sup>91</sup> CHON, Kye-Sung; SPARROWE, Raymond. *Hospitalidade: conceitos e aplicações*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003, p. 103.

<sup>92</sup> Empresa pública Federal que tem por missão apoiar empreendimentos que contribuam para o desenvolvimento econômico e social do país.

<sup>93</sup> Autarquia Federal, sucessora da extinta Superintendência de Desenvolvimento da Amazônia (SUDAM), vinculada ao Ministério da Integração Nacional, que tem por missão Planejar e promover ações estruturadas que induzam o desenvolvimento equitativo e sustentável da Amazônia, bem como a sua integração competitiva nos contextos nacional e internacional, visando à emancipação econômica e social do amazônida.

para proferirem palestras para os empresários locais, orientando os mesmos sobre como ter acesso aos seus recursos. Seria importante, também, que possuísse e, para isso é fundamental que a prefeitura estimule - até mesmo aproveitando a oportunidade que surgirá com a praça de alimentação que existirá no novo porto, que está sendo construído - empreendimentos que valorizem as tradições e o folclore local, através de restaurantes, bares e lanchonetes temáticos, que são aqueles decorados em função de um determinado tema como, por exemplo, as tradições indígenas, os personagens dos bumbás, atrativos naturais, etc. Além, é claro, de seus pratos e suas bebidas típicas estarem de acordo com o tema escolhido.<sup>94</sup> Para tanto, é recomendável que a prefeitura busque parceria com a unidade local do SEBRAE, para orientação dos empresários sobre como procederem.

Para viabilizar um empreendimento deste tipo, é importante ater-se a alguns fatores essenciais que são muito bem observados pelos turistas, como, por exemplo, a tipicidade, a qualidade da comida, a limpeza e a higiene das instalações, a decoração, o atendimento, etc. Outro fator que deve ser levado em consideração é a busca por um estilo diferenciado na prestação do serviço, bem como no cardápio do estabelecimento. Por exemplo, um restaurante que serve somente alimentos e bebidas tradicionais da localidade, decorado de forma criativa e diferenciada de outros empreendimentos da área, pode ser um fator decisivo na escolha do cliente por esse estabelecimento.<sup>95</sup>

Igualmente, é importante que os serviços prestados aos turistas tenham um determinado nível de qualidade e, para isso, é necessário, por parte da prefeitura, a criação de normas e fiscalização para que as mesmas sejam efetivamente cumpridas.

As normas devem exigir que os restaurantes, bares e similares mantenham ambientes em perfeitas condições sanitárias e de higiene; disciplinar a colocação, nas calçadas, de amplificadores, caixas acústicas, alto-falantes ou quaisquer aparelhos que produzam som; os restaurantes, bares e similares deverão fazer a coleta seletiva de lixo; a

---

<sup>94</sup> MOLETTA, Vânia Beatriz Florentino. *Turismo de Entretenimento e Lazer*. Porto Alegre: SEBRAE, 2003. p.p. 28 a 29.

<sup>95</sup> MOLETTA, Vânia Beatriz Florentino. Op. Cit., p. 29.



vigilância sanitária deverá fazer a fiscalização da qualidade dos alimentos e das condições sanitárias, verificando as condições dos locais, bem como dos manipuladores e a origem dos produtos utilizados; a vigilância sanitária só deverá conceder alvará sanitário aos estabelecimentos, após a verificação de que os mesmos estejam dentro das normas e padrões exigidos pela legislação; todos os funcionários deverão fazer o curso de orientação a respeito de condições de trabalho seguras – o que deverá ser feito em parceria com a Delegacia Regional do Trabalho, repartição pública vinculada ao Ministério do Trabalho - e higiene na manipulação de alimentos.

É fundamental, para o turismo, que Parintins possua uma boa rede de transporte municipal, ônibus e microônibus, em bom estado de funcionamento e conservação, pois, muitas vezes, os turistas utilizam esses meios de transporte para se locomoverem dentro do perímetro urbano do município. Isso será muito proveitoso, tanto no sentido econômico como no aspecto da impressão que o visitante irá ter do local. Para tanto, a prefeitura deverá licitar linhas, determinando no edital horários, percursos predeterminados e bom estado de conservação da frota.

A cidade tem deficiências na infra-estrutura aeroportuária, que necessita de ampliação para atender com maior eficácia a demanda nos períodos de festividades, considerando que, nos dias do Festival, o Aeroporto chega a registrar cerca de 700 pousos e decolagens de aeronaves. Nos anos anteriores, o movimento de aeronaves em Parintins registrava aumento a partir do dia 27 de junho, indo até o dia 02 de julho. O dia de maior fluxo era 1º de julho com registros de até 160 pousos e decolagens. Este ano, com a mudança da data do festival, que passará a ser no fim de semana, os números tendem a aumentar.<sup>96</sup>

Dessa forma, são necessárias gestões junto ao Governo Federal, já que o aeroporto é administrado pelo Departamento de Aviação Civil (DAC), para uma ampliação e modernização do aeroporto; com a utilização de esteiras para bagagens, visando a

---

<sup>96</sup> <<http://www.amazonastur.am.gov.br>> Acesso: dia 10 de março de 2005.

agilização do embarque e desembarque dos passageiros; implantação de um SAT (Serviço de Atendimento ao Turista), para fornecimento de informações turísticas aos visitantes; instalações bancárias para câmbio de moedas, já que 9 % dos turistas do Festival são estrangeiros; disponibilização de serviços de Correios; construção de sala de espera; instalação de agências de turismo para o oferecimento de passeios turísticos locais, explorando o ecoturismo, a pesca esportiva, o turismo cultural, dentre outros; também é importante que a Amazonastur e a Prefeitura busquem o aumento da oferta de vôos *charters* – “vôos não-programados que referem-se aos aviões fretados por associações ou grupos e podem sair no dia, hora e destino que seja conveniente aos passageiros”<sup>97</sup> - para o Festival, o que resultará em redução do custo das passagens no período da Festa, visto que as mesmas chegam a triplicar.

#### **4.4. Tipos de visitantes que vão à Parintins**

Existem dois movimentos de turistas em Parintins durante o ano: o movimento de turistas fora do período de realização do festival e os visitantes que vão à cidade para assistir ao espetáculo.

Reduzido número de turistas visitam a cidade fora do período da festa dos bois, sendo que são, em geral, oriundos de outros países (com predomínio do turista europeu), que fazem excursões pela Amazônia. Em geral, as excursões são realizadas em navios, que ancoram nas cidades definidas em roteiro para rápidas visitas. As agências de turismo fazem a recepção dos turistas em Parintins, levando-os aos principais pontos turísticos da Ilha de Parintins, e organizam apresentações especiais de boi-bumbá para os turistas.

Sempre que os navios estrangeiros ancoram próximo a Parintins, a população fica sabendo que a cidade está sendo visitada por turistas, seja através das emissoras de rádio, ou quando eles andam pelas ruas acompanhados por figuras do boi –

---

<sup>97</sup> DE LA TORRE, Francisco. *Agências de viagens e transporte*. São Paulo: Roca, 2003, p. 33.

ritmistas, moças vestidas com fantasias “indígenas” e uma réplica do boi, de acordo com o bumbá que realiza a recepção.

O boi Garantido é o que mais investe na recepção aos turistas, de forma que criou um grupo específico para esse tipo de apresentação, com representação de seus principais personagens, intitulado “Garantido Show”. As apresentações desse grupo eram realizadas anteriormente em um clube da cidade, mas atualmente o novo curral do boi (localizado no complexo da agremiação denominado “Cidade Garantido”) é o palco para todas as exhibições. O Caprichoso não se coloca fora dessa lógica turística, pois nos últimos anos passou a investir na recepção aos visitantes.<sup>98</sup>

#### **4.5. O público do festival**

Segundo os dados estatísticos mais recentes, disponibilizados pela Amazonastur, Parintins recebeu, no Festival de 2003, 49.277 turistas, sendo que, em amostragem feita, tendo por base 365 turistas, pela referida empresa, no mesmo ano, chegou-se aos seguintes resultados: “O Estado do Pará enviou 9,04% dos turistas; o Rio de Janeiro (RJ) enviou 4,22% e São Paulo (SP) 4,82%; o Turista é, em 91% dos casos, brasileiro, 9% estrangeiros e, 67,47% amazonense; o sexo predominante é o Masculino, que corresponde a 56%; A faixa etária é de 18 a 38 anos, equivalente a 62%; apenas 10% foram através de Agência de Viagem; “com amigos” é a forma de viagem preferida por 45% dos visitantes; o tempo médio de permanência é de 05 dias para 72% dos turistas; 38% dos turistas nunca tinham ido a Parintins; a forma principal de hospedagem é “em casa de parentes/amigos”, optada por 38% dos turistas”.<sup>99</sup>

Nos dias de festival, o visitante é distinguido em duas categorias: as pessoas que são originárias dos estados da região e dos municípios vizinhos e os visitantes oriundos de outras regiões do país e do exterior. Nesta última categoria destacam-se as pessoas que

---

<sup>98</sup> SILVA, José Maria. Op. Cit., p. 222.

<sup>99</sup> <<http://www.amazonastur.am.gov.br>> Acesso dia 19 de maio de 2005.

são provenientes de estados considerados mais desenvolvidos, especialmente os turistas originários de São Paulo e Rio de Janeiro, e os que são provenientes do exterior. A diferenciação do público possui relevância pelo tipo de prestígio que a ele é atribuído.<sup>100</sup>

Os visitantes de Manaus e dos municípios vizinhos já estão, de alguma forma, inseridos na festa. São vistos como pessoas próximas, tendo em vista a frequência dos mesmos no festival. Uma parte significativa desse público que se desloca para Parintins nos dias do festival o faz com a finalidade de comercializar alguns produtos – roupas (principalmente camisetas com emblemas dos bois), artesanato, comidas e bebidas. Outro aspecto significativo do público regional relaciona-se ao fato dos bois desenvolverem atividades durante o ano em cidades da região, com a finalidade de arrecadar fundos para a preparação do festival e divulgar os bumbás, com intuito de arregimentar torcedores. Esses eventos têm sido realizados principalmente nas cidades de Manaus e de Santarém, mas não se restringem a elas.

Os torcedores de Manaus participam de ensaios que são realizados, a partir de abril, todos os fins de semana, e muitos chegam com antecedência à Parintins para participarem de algum quesito de apresentação dos bois. Muito antes, organizam-se para assistir o festival em Parintins, o que pode ser feito individualmente ou em grupo. A organização por famílias, grupos de amigos ou colegas de trabalho é cada vez mais freqüente. O transporte utilizado é o barco, nos mais variados tamanhos. Faz-se uso das linhas regulares de empresas de navegação ou alugam-se barcos para atender especificamente a viagem de um determinado grupo. Nas faixas fixadas nas embarcações pode-se visualizar as opções dos visitantes por Caprichoso ou Garantido.

No festival de 2004, um barco trazia uma faixa indicando que se tratava de funcionários da Assembléia do Amazonas. Outros indicavam tratar-se de torcidas organizadas de um determinado boi. Há também embarcações sem exclusividade de

---

<sup>100</sup> SILVA, José Maria. Op. Cit., p. 223.

passageiros e que, em razão de torcedores dos dois bois, faz com que o retorno, quando já se conhece o boi vencedor do festival, seja conturbado, com discussões e conflitos.

A recepção aos turistas nos dias de festival foi incorporado na programação no período de realização do festival, no mês de junho. Neste ano, cada bumbá realizará no dia 22 o último ensaio e no dia 23 a “festa dos visitantes” – ambas são concebidas como festas que encerram os ensaios e de recepção aos turistas do festival.

Muitas famílias ou pessoas de Manaus levam seus automóveis e motocicletas para Parintins no período da Festa – momento em que se tem a presença de veículos nacionais e importados na cidade. Os veículos tornam-se atrações na paisagem urbana da cidade, já que há poucos carros em Parintins e dificilmente chamam a atenção pelo luxo, como acontece nos dias de festa.

Mas é interessante notar que os turistas de Manaus são percebidos pela população local muito mais como “torcedores” do que propriamente como turistas. Para a população local, o visitante de Manaus e das localidades próximas já possuem relativo entrosamento com a festa e já definiram preferência por algum bumbá.

Os demais turistas, por outro lado, são vistos como indivíduos que viajam para Parintins com o objetivo principal de conhecer a festa, a criatividade dos artistas, os brincantes locais e, se possível, fazer elogios e assim prestigiar o espetáculo. Eles não têm relação de proximidade com os moradores e, na maioria das vezes, não se inserem na festa como torcedor de um dos dois bois, apesar das arquibancadas do bumbódromo dividirem-se entre os dois bumbás. Há aqueles, porém, que assistem mais de uma vez o festival e simpatizam por uma das agremiações. Por outro lado, os bumbás desenvolvem estratégias dentro e fora do ginásio para conquistar o público.

Os organizadores do festival, as diretorias dos bois e a população em geral se engajam nos preparativos do evento com a expectativa de que um bom número de pessoas viaje a Parintins para assistir ao espetáculo. O turista (principalmente aquele que é

originário de outras regiões do país e do exterior) é percebido pela população local não apenas como uma oportunidade para auferir algum recurso financeiro: é aquele que, em boa medida, prestigia e engrandece o festival.

Nessa categoria, a alguns se reconhece um certo status, tais como atores, jogadores, empresários, políticos, entre outros. Os turistas mais valorizados são as celebridades conhecidas no país e no exterior, das mais diversas atividades. A Coca-Cola, desde o ano de 1995, passou a organizar um esquema de promoção com a presença de cerca de 200 dessas pessoas, em um camarote, especialmente montado para acomodá-las durante o festival. São necessárias algumas providências prévias: a empresa faz os convites com antecedência e, quando o evento se aproxima, faz a decoração de uma chácara (localizada em um bairro afastado do centro da cidade- Santa Rita – e denominado Kuat Club), onde hospeda seus convidados. O camarote no Bumbódromo também recebe tratamento especial para os convidados assistirem as apresentações.

Os convidados da Coca-Cola formam uma modalidade particular de visitante: são pessoas que, ao contrário dos demais turistas, não circulam livremente pela cidade; seus passeios são dirigidos pela empresa, permanecendo a maior parte do tempo reunidos no clube particular e dali são transportados para o camarote do Bumbódromo. Na maioria das vezes, são mantidos em segredo, de modo que dificilmente são vistos pela população. Quando são percebidos no interior do Bumbódromo, tornam-se atrações do público das arquibancadas.<sup>101</sup>

#### **4.6. Marketing turístico do Festival: análise e sugestões**

Até o final dos anos oitenta, os bois-bumbás conquistavam apenas a simpatia popular nos principais centros urbanos da região Amazônica, sobretudo no estado

---

<sup>101</sup> SILVA, José Maria. Op. Cit., p. 224 a 230.

do Amazonas. As toadas eram transmitidas pelas rádios de Parintins e, casualmente, por rádios de Manaus (AM).<sup>102</sup>

Com a criação do Bumbódromo, em 1988, a Festa passou a ter grandiosidade e maior repercussão, sendo que os Bumbás passaram a contar com local apropriado para as apresentações e com a importante fonte de renda representada pelos ingressos para o espetáculo. Desse modo, foram criadas as bases para o desenvolvimento do Festival.<sup>103</sup>

Atualmente, a mídia nacional e internacional tem demonstrado interesse cada vez maior pelo Festival, que é divulgado pela TV Cultura do Amazonas, pela Amazonsat, por diversos programas do SBT e por emissoras estrangeiras, tais como a CNN e outras, do Japão, Inglaterra e Uruguai.<sup>104</sup>

Vale observar, ainda, que, em 2004, uma edição inteira do SBT Repórter foi dedicada ao Festival daquele ano e o Jornal Nacional, da TV Globo, no primeiro dia da Festa, apresentou longa reportagem sobre o espetáculo.

A Coca-Cola, desde 1995, convida para o Festival, sob seu patrocínio, cerca de 200 pessoas, dentre jornalistas, operadores do turismo e pessoas conhecidas, preferencialmente as que estão constantemente na mídia – a idéia é levar para Parintins formadores de opinião para que os mesmos possam divulgar o espetáculo depois. Neste ano, a produtora audiovisual Tria, sediada em Nova York, foi contratada pela Coca-Cola para produzir um documentário sobre a cidade, o povo e o Festival, com objetivo de divulgação na Europa e na América do Norte, para atração de turistas destas regiões do

---

<sup>102</sup> BRAGA, Sérgio Ivan Gil. Op. Cit., p. 74.

<sup>103</sup> Idem, p. 76.

<sup>104</sup> JORNAL DA ILHA, Parintins, 06 de janeiro de 2005, caderno Sociedade, p. 05.

mundo. A mesma empresa publicará, pela mídia impressa, uma campanha criada especialmente para o Festival de Parintins.<sup>105</sup>

Cantores famosos, como Fafá de Belém, contribuíram para o marketing do evento, fazendo-o ter repercussão a nível nacional, como foi o caso da toada “Vermelho”, do compositor Parintinense Chico da Silva, gravada em 1996 pela mencionada cantora, que teve tamanha repercussão que, curiosamente, acabou tornando-se também símbolo musical da torcida de futebol do time Internacional, de Porto Alegre (RS), cuja cor predominante no uniforme é a vermelha. Além disso, o grupo musical “Carrapicho”, de Manaus (AM), em 1996, produziu o CD intitulado “Festa do Boi-Bumbá”, com vendagem superior a um milhão de cópias na Europa e ampla repercussão no Brasil, tendo por música principal a toada “Tic, Tic, Tac”.<sup>106</sup>

O carnavalesco Joãozinho Trinta, desde 1988, tem sido um grande divulgador dos bumbás, atraindo outros carnavalescos do Rio de Janeiro (RJ), que se deslocam anualmente para Parintins com a finalidade de acompanhar os trabalhos dos artistas do Festival.

A escola de samba do Rio de Janeiro “Salgueiro”, em 1998, apresentou enredo intitulado “Parintins, a ilha do Boi-Bumbá Garantido e Caprichoso”, com samba enredo feito pelo parintinense Paulo Onça.

Em 1998, foi publicado livro, de caráter profissional, de autoria do jornalista Paulo José Cunha e do designer Andréas Valentim, com o título “Vermelho – Um pessoal Garantido”, tendo por finalidade a comercialização e divulgação da imagem do respectivo

---

<sup>105</sup> <<http://www.cocacolabrasil.com.br>> Acesso: dia 20 de maio de 2005.

<sup>106</sup> BRAGA, Sérgio Ivan Gil. Op. Cit., p. 76.



Boi-Bumbá e, em 1999, estes mesmos autores, com o mesmo intuito, lançaram o livro do Boi Caprichoso, intitulado “Caprichoso – A terra é azul”.<sup>107</sup>

Os textos publicitários do festival são normalmente apresentados em papel sofisticado para realçar as fotografias que os acompanha, que, geralmente, apresentam mulheres em trajes sensuais e/ou belas imagens da Floresta Amazônica. Além disso, costumam caracterizar o povo parintinense como hospitaleiro, utilizando vocabulário usual da Festa - com expressões utilizadas nas toadas, apresentando os personagens principais.

Os homens, em regra, são descritos como tímidos, sérios e de “beleza rústica” enquanto as mulheres são descritas como maliciosas e sensuais. Neste sentido, no livro “Vermelho - um Pessoal Garantido”, elaborado, inclusive, com o patrocínio dos governos Federal e Estadual, há texto publicitário que ilustra bem o enfoque pelo qual o Festival tem sido divulgado:

“Há uma sensualidade latente em Parintins. Parece brotar do calor do Sol, do clima úmido e vaporoso ou talvez da proximidade do mar de água doce e cálida que cerca a ilha. Os parintinenses são morenos, sérios, calados, tímidos, mas sempre bem-humorados. Ombros largos, tórax arredondado, mãos calosas, ásperas. Emanam uma beleza rústica... As mulheres explodem em belos olhos amendoados, de um preto profundo, pensativo. Jeitinho de índias, cabelos muito lisos, excessivamente pretos, brilhantes, refletindo o Sol que banha a ilha durante todo ano. Simples, aconchegantes, brejeiras, risonhas. Falam baixo quase num sussurro. São discretas, mas deixam escapar pelo rabo do olho um traço de deliciosa malícia. Na dança das toadas, as cunhãs de pele lisa cor de sapoti exalam uma sensualidade que transpira por todos os poros. São caboclinhas morenas, corpos bonitos, coxas roliças, seios fartos, rijos, plenos de vigor e alegria”.<sup>108</sup>

Mostra-se evidente que Parintins tem se vendido turisticamente por sua beleza natural – transmitindo uma imagem de “paraíso” mais relacionada à idéia de selvagem do que de romântico -, pelo Festival Folclórico e por suas mulheres. No entanto, obviamente, não é desejável para Parintins a exploração sexual no turismo, algo que é extremamente prejudicial social e promocionalmente. Mas, vendendo uma imagem que

---

<sup>107</sup> BRAGA, Sérgio Ivan Gil. Op. Cit., p. 78.

<sup>108</sup> VALENTIM, Andréas; CUNHA, Paulo. *Um pessoal Garantido*. Rio de Janeiro: Zit, 1998, p. 28.

seduz por meio de suas belas mulheres, a sugestão é clara. Da mesma forma, promover o festival e as belezas naturais do município, sem oferecer infra-estrutura adequada e qualificação profissional para a recepção dos turistas, significa atrair visitantes que nunca mais irão voltar e, provavelmente, influenciarão negativamente outros possíveis turistas de sua localidade de origem.<sup>109</sup>

Assim, a imagem do “paraíso” não se reduz à idealização da selva primordial em seus aspectos de flora e fauna. Ela adquire um outro significado que a relaciona ao pecado original, o que faz com que Parintins acabe por se tornar conhecida como o lugar do sexo fácil e barato. Mesmo aos olhos do observador pouco atento, é evidente a tentativa de atrair turistas por intermédio de imagens de belas mulheres e com referências ao apelo sexual.<sup>110</sup>

Desse modo, torna-se clara a necessidade de correção das deficiências de infra-estrutura – o que, por si só, contribuirá para que o turista do Festival Folclórico possa retornar à cidade fora do período da Festa e divulgá-la positivamente - e, sobretudo, de reformulação na condução do marketing turístico, de forma que passe a ser divulgada as peculiaridades locais, visto que a cidade é rica em atrativos turísticos naturais e culturais, como a gastronomia, o ecoturismo, a pesca esportiva, as construções de valor histórico, demais eventos além do Festival, dentre outros, visando a atração de turistas desejáveis, durante todo o ano, e não só no período da Festa.

---

<sup>109</sup> SÁ, Rosana Bignani Viana de. *A imagem do Brasil no turismo: construção, desafios e vantagem competitiva*. São Paulo: Aleph, 2002, pp. 109 a 110.

<sup>110</sup> Idem, p.p. 112 a 113.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como é sabido, o turismo é uma grande fonte de renda, de emprego e de desenvolvimento sócio-econômico, mas para que Parintins explore todo o potencial turístico do seu Festival Folclórico, e aufera todos os benefícios que daí podem provir, é necessário planejamento profissional para que seja procedida uma reformulação do seu marketing turístico e corrigidas as deficiências na infra-estrutura da cidade.

A infra-estrutura deve receber tratamento prioritário no planejamento turístico de uma localidade. Por isso, é de suma importância que a cidade ofereça um bom padrão de serviços, por meio de profissionais qualificados e correção de seus graves problemas de infra-estrutura, tais quais: pouca oferta de hospedagem e restaurantes; saneamento; sinalização turística, para que seja possível atrair e manter turistas na localidade. Com isso, tendo em vista que o turismo é um negócio promissor – que não está sendo conduzido de forma satisfatória -, o município perceberá o retorno dos investimentos feitos, em forma de desenvolvimento social e econômico, maiores que o atualmente percebido, e no aumento da arrecadação de tributos.

É importante que a comunidade perceba os benefícios do turismo, para que ele seja implantado e para motivar a população a aceitá-lo. Os planejadores locais devem incentivar a participação da comunidade desde a primeira fase do planejamento, de forma que ela crie expectativas realistas sobre essa atividade, pois, quanto maior a percepção da população sobre os benefícios que o turismo proporciona, mais esta se sentirá motivada para proteger a natureza, as suas tradições e cultura, além, é claro, de apoiar a atividade turística no município.

Embora a atração folclórica tenha origem no Bumba-meu-boi trazido do Maranhão por nordestinos, no período áureo da exploração da borracha, foi totalmente adaptada à cultura local. Assim, são nítidas, nas apresentações: musicalidade própria; influência indígena; utilização de animais da fauna da região, como o boto rosa, a cobra grande (sucuri); e a retratação do cotidiano do caboclo. Isso tudo faz com que a Festa tenha

um caráter de exclusividade e, também, de certa forma, traz para si o fascínio que a região amazônica costuma despertar em turistas estrangeiros e, até mesmo, nos brasileiros de outras regiões do país. Isso explica muito do sucesso do Festival, que deverá atrair neste ano cerca de 60 mil turistas e movimentar a soma de R\$ 15 milhões de reais.

Por outro lado, demonstra também a potencialidade do atrativo, já que, não obstante as inúmeras deficiências da cidade, é capaz de obter números de tamanha expressividade. No entanto, como indicam um gasto médio por turista de apenas R\$ 250,00 reais, também refletem os problemas de infra-estrutura e o equívoco na condução do marketing turístico por parte dos governos estadual e municipal, haja vista que, a forma pela qual é conduzido, não é favorável a atração de turistas que propiciem à cidade todos os ganhos sociais e econômicos que o turismo é capaz de proporcionar. Ao contrário, o marketing tem sido um fator de estímulo à exploração sexual no Turismo - nocivo à sociedade – e não tem divulgado outros atrativos locais além do Festival, como o artesanato, a gastronomia, a pesca esportiva e as igrejas de grande valor cultural.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, Renato Brenol. *Manual de Eventos*. Caxias do Sul: Educs, 2002.

ALLEN, Johnny; O' Toole, William; McDonnell, Ian; Harris Robert. *Organização e Gestão de Eventos*. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

BRAGA, Amélia Eloy Santana. *Dicas pedagógicas (II): a monografia como trabalho acadêmico na graduação. Sim ou não?* Brasília: Universia, 2000.

BRAGA, Sérgio Ivan Gil. *Os Bois Bumbás de Parintins*. Rio de Janeiro: Funarte/ Editora Universidade do Amazonas, 2002.

BISSOLI, Maria Ângela Marques Ambrizi. *Planejamento turístico municipal com suporte em sistemas de informação*. São Paulo: Futura, 1999.

CASTELLI, Geraldo. *Administração hoteleira*. Caxias do Sul: EDUCS, 1999.

CESCA, Cleuza G. Gimenes. *Organização de eventos*. São Paulo: Summus, 1997.

COTRIM, Gilberto. *História e Consciência do Brasil*. São Paulo: Saraiva 1996.

CHON, Kye-Sung; SPARROWE, Raymond. *Hospitalidade: conceitos e aplicações*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

DE LA TORRE, Francisco, *Agência de Viagens e Transportes*. São Paulo: Roca, 2003.

GIÁCOMO, Cristina. *Tudo acaba em festa*. São Paulo: Scritta , 1995.

GIL, Antonio Carlos. *Projetos de pesquisa*. São Paulo: Atlas, 2002.

MACKERCHER, Bob. *Turismo de Natureza: Planejamento e Sustentabilidade*. São Paulo: Contexto, 2002.

MATIAS, Marlene. *Organização de Eventos*. São Paulo: Monole. 2002.

MEGALE, Nilza Botelho, *Folclore Brasileiro*. Rio de Janeiro: Vozes, 1999.

MOLETTA, Vânia Beatriz Florentino. *Turismo de Entretenimento e Lazer*. Porto Alegre: SEBRAE, 2003.

MONTEVERDE, João Batista. *Boi Garantido de Lindolfo*. Manaus: Governo do Estado do Amazonas/Secretaria de Estado da Cultura/Editora da Universidade Federal do Amazonas/Universidade do Estado do Amazonas, 2003.

SÁ, Rosana Bignani Viana de. *A imagem do Brasil no turismo: construção, desafios e vantagem competitiva*. São Paulo: Aleph, 2002.

SAUNIER, Tonzinho. *Parintins: Memória dos Acontecimentos Históricos*. Manaus: Valer/ Governo do Estado do Amazonas, 2003.

SIMÕES, Roberto Porto. *Relações públicas: função política*. São Paulo: Summus, 1995.

SILVA, José Maria. *O Espetáculo do Boi-Bumbá: Folclore, Turismo e as Múltiplas Alteridades em Parintins*. Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social – Universidade de Brasília, Brasília, 2001.

SOUZA, João Jorge. *Parintins: A Ilha do Folclore*. Manaus: Grafitec, 1987.

TRIGUEIRO, Carlos Meira. *Marketing & Turismo: como planejar e administrar o marketing turístico para uma localidade*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

VALENTIN, Andréas e CUNHA, Paulo J. *Caprichoso: a terra é azul*. Rio de Janeiro: Ponto de Vista Comunicação, 1999.

## **Periódicos**

JORNAL DA ILHA, Parintins, 06 de janeiro de 2005, caderno Cidade, p. 10.

REVISTA PARINTINS. *Parintins: a ilha da alegria*. Manaus: RSC, n. 1, 2000.

REVISTA PARINTINS. *A cidade cenográfica do Brasil*. Manaus: RSC, n. 4, 2003.

**Web sites**

<<http://www.world-tourism.org>> Acesso dia 27 de fev.2005.

<<http://www.parintins.com>> Acesso: 05 de mar. 2005.

<<http://www.tam.com.br>> Acesso: 06 de março de 2005.

<<http://www.portalamazonia.globo.com>> Acesso: dia 21 de março de 2005.

<<http://www.ibge.gov.br>> Acesso: 31 de mar. 2005.

<<http://www.jurupari.com.br>> Acesso: dia 20 de abril de 2005.

<<http://www.detran.am.gov.br>> Acesso: dia 28 de abril de 2005

<<http://www.saude.am.gov.br>> Acesso: dia 16 de maio de 2005.

<<http://www.aleam.gov.br>> Acesso: dia 19 de maio de 2005.

<<http://www.amazonastur.am.gov.br>> Acesso: dia 19 de maio de 2005.

<<http://www.cocacolabrazil.com.br>> Acesso: dia 20 de maio de 2005.



## GLOSSÁRIO

**AÇAÍ** – Palmeira amazônica de cujos frutos se faz um delicioso refresco roxo, nutritivo.

**AMO DO BOI** – Personagem do Boi-Bumbá que representa o feitor ou capataz.

Tira os versos em estilo repente.

**APRESENTADOR** – No Boi-Bumbá de Parintins é quem anima e apresenta o boi a cada noite.

**BATUCADA** – Bateria do Boi Garantido.

**BODÓ** – Acari-bodó. Peixe pré-histórico da Amazônia de escamas de cor cobre e sabor característico.

**BRINCANTE** – Pessoa que brinca num Boi-Bumbá.

**BUMBÁ** – Forma sincopada de Boi-Bumbá.

**BUMBÓDROMO** – Centro Cultural de Parintins. É dividido em dois setores: azul, onde fica a galera do Boi Caprichoso; e vermelho, onde fica a galera do Boi Garantido.

**CABOCLO** – Do Tupi *Kariboca*. Resultado da mestiçagem do branco com o índio.

**CAPACETE** – Fantasia altamente sofisticada e complexa, montada numa estrutura metálica, como se fosse uma pequena casa, que o brincante “veste” para se apresentar no Bumbódromo. Progressivamente o termo capacete está sendo substituído por “tuxaua” (luxo ou originalidade).

**CAQUEADO** – Gingado, bailado.

**CATIRINA** – Seu nome correto Catarina, Catirina é alusivo ao nome principal, mulher que desejou comer a língua do boi. Personagem chave do *Auto do Boi*.

**CONTRÁRIO** – O boi adversário. Os brincantes, em razão da rivalidade, recusam-se a chamar o adversário pelo nome, tratando-o apenas por “contrário”.

**COPAÍBA** - Árvore frondosa da família das leguminosas (*Copaifera langsdorfii*), de madeira avermelhada, em marcenaria, flores alvas com máculas róseas, reunidas em raminhos, sendo o fruto uma vagem drupácea que contém uma semente. Produz um óleo medicinal espesso, viscoso, de tonalidade que vai do amarelo ao pardo.

**CUNHÃ** – Mulher, em tupi.

**CUNHÃ-PORANGA** – Mulher bonita.

**CUPUAÇU** – Fruta amazônica, muito apreciada para doces, sucos e bombons.

**CURRAL** – Local onde se realizam os ensaios. Cada Boi tem seu curral, como cada escola de samba tem sua quadra.

**DESAFIO** – Estilo tradicional da toada que visa de forma irreverente e sadia, provocar o boi adversário.

**ENCARNADO** – Vermelho, cor do boi Garantido.

**ESTRUTURA ARTÍSTICA** – Como são chamadas as alegorias que compõem a apresentação do boi na arena

**FIGURA** – Personagem do Boi, por exemplo: cunhã-poranga, pajé, mãe-catirina.

**GALERA** – Torcida de um bumba.

**GALPÃO** – Construção coberta por três de suas faces, na altura total ou em parte, por paredes ou tapumes, destinada a fins industriais. Em Parintins é o local onde se constroem as estrutura artísticas (alegorias), tribos e capacetes.

**GRAVIOLA** – Deliciosa fruta de origem amazônica.

**IGARAPÉ** – Riacho.

**JARAQUI** – Peixe de excelente sabor, preparado em fritura.

**JURUPARI** – Também chamado de IZI, é o legislador e reformador de muitas tribos amazônicas, principalmente dos tarianos. Filho da Virgem Ceuci com o Sol concebido sem cópula, pela virtude do sumo da cucura do mato e que veio reformar os costumes da terra, instituindo suas leis e suas cerimônias sagradas, compostas de instrumentos como, a orquestra de flautas.

**JUTA** – Fibra natural, originária da Índia. No passado, foi uma das bases da economia de Parintins.

**MANDIOCA** – Tubérculo que serve de base à alimentação dos índios e de grande parte da população brasileira.

**MARUJADA DE GUERRA** – Bateria do Caprichoso.

**MUJICA DE PEIXE** – Espécie de sopa feita com peixe moído.

**PAI FRANCISCO** – Esposo fiel à Catirina no *Auto do Boi* é quem mata o boi.

**PAJÉ** – Curandeiro e feiticeiro da tribo.

**PALMINHA** – Dois pedaços de madeira (itaúba ou sucupira) usados para marcar o ritmo das toadas.

**PARANÁ** – Rio.

**PARINTINTIM** – Indivíduo da tribo dos parintintins, oriundos das margens do rio Madeira.

**PAU-ROSA** – Arvore amazônica cuja madeira encerra um óleo essencial de largo emprego em perfumaria.

**PORTA-ESTANDARTE** – Personagem que sustenta o estandarte onde se destacam motivos, símbolos do Boi-Bumbá e do festival folclórico de Parintins.

**PIRACUÍ** – Farinha de peixe.

**PIRARUCU** – O maior peixe da Amazônia. Salgada, sua carne assemelha-se à do bacalhau.

**QG** – Quartel-general. Local onde são confeccionadas as fantasias e alegorias do Boi-bumbá.

**SERINGUEIRO** – Indivíduo que se dedica à extração do látex da seringa e com ele prepara a borracha.

**RAINHA DO FOLCLORE** – Personagem que representa amplamente as expressões do folclore.

**RITUAL** – Apoteose da apresentação de cada Boi, sempre com a dramatização de uma lenda ou episódio da história do Amazonas. Termina com a intervenção espetacular do pajé.

**SINHAZINHA** – Personagem do Boi-Bumbá, filha do Senhor da Fazenda.

**TABLADO** – Estrado de madeira.

**TOADA** – Composição musical específica para a apresentação do Boi-Bumbá.

**TRIPA** – Pessoa que dança debaixo do boi.

**TUCUNARÉ** – Peixe dos rios da Amazônia, de excelente sabor.

**TUPI** – Tronco cultural que aglutina os índios das famílias lingüísticas, Araquém, Juruna, Monde, Mundurucu, Tupari, Aeté e Maué, habitantes da América Latina.

**TUPINAMBARANA** – Ilha fluvial localizada à margem direita do curso médio do rio Amazonas, tendo como divisor de águas o Paraná do Ramos, o Uarariá e pequeno trecho do Rio Madeira.

**TUXAUA** – Chefe indígena, cacique.

**VÁRZEA** – Planície fértil, alagadiça.

**URUCUM** – Tinta avermelhada que se extrai do fruto do urucunzeiro.

**XEQUE-XEQUE** – Instrumento de percussão do Boi-Bumbá, espécie de chocalho.

This document was created with Win2PDF available at <http://www.daneprairie.com>.  
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.